

Presentazione Risultati a Marzo 2022

Numeri in forte crescita per Fedrigoni da marzo 2021 a marzo 2022: 1.760,2 milioni di euro di fatturato, 250 milioni di Ebitda Adjusted e 258,7 milioni di Ebitda Adjusted Proforma. Il trend contraddistingue entrambi i business dell'azienda, sia le etichette e soluzioni autoadesive premium sia le carte speciali per il packaging di lusso e altre soluzioni creative

- *Il Gruppo è oggi il primo operatore al mondo nelle etichette per i vini e nelle carte speciali per il packaging di lusso e il terzo nei materiali autoadesivi, anche grazie alle tre acquisizioni dello scorso anno a cui vanno aggiunte le due del primo trimestre 2022*
- *Determinante la scelta portata avanti negli ultimi tre anni di riposizionare entrambe le business unit verso segmenti di offerta premium: +22,8% di fatturato nel packaging di lusso e altre soluzioni creative e +20,7% nelle etichette e soluzioni autoadesive premium nel 2021 sul 2020*
- *Fedrigoni ha chiuso il 2021 con 1.602,9 milioni di euro di fatturato (+21,9% sul 2020), 214,8 milioni di euro di Ebitda Adjusted (+29% sul 2020) e 221 milioni di Ebitda Adjusted Proforma¹ (+12,1% sul 2020)*
- *La crescita di Fedrigoni è proseguita anche nel primo trimestre di quest'anno (gennaio-marzo 2022), con 517,7 milioni di euro di fatturato e 83,5 milioni di euro di Ebitda Adjusted.*
- *“È stato un anno di grande intensità - commenta l'AD Marco Nespolo - ma siamo riusciti a portare avanti con determinazione il nostro piano strategico e a garantire la piena continuità del business, mantenendo fede agli impegni con i clienti, senza tralasciare l'impegno sulla sostenibilità che ormai pervade ogni nostra decisione”*

Milano, 16 maggio 2022 – Il Gruppo Fedrigoni, tra i maggiori operatori al mondo nelle etichette e materiali autoadesivi premium e nelle carte speciali per il packaging di lusso e altre soluzioni creative, ha raggiunto a marzo 2022 un fatturato di **1.760,2** milioni di euro, un Ebitda Adjusted di **250** milioni di euro e un Ebitda Adjusted Proforma di **258,7** milioni di euro (da marzo 2021 a marzo 2022). Risultati ancora superiori rispetto al già ottimo andamento rispecchiato dal bilancio 2021, che si è chiuso a dicembre con un fatturato di **1.602,9** milioni di euro (+22% rispetto al 2020) distribuito tra Italia (393,5 milioni di euro, +20,9%), Europa (752,2 milioni, +16,6%) e resto del mondo (457,2 milioni, +32,8%), un Ebitda Adjusted di **214,8** milioni di euro (+29% sul 2020) e un Ebitda Adjusted Proforma di **221** milioni di euro (+12% sul 2020). Numeri estremamente positivi anche per il primo trimestre 2022 (gennaio-marzo): **517,7** milioni di euro di fatturato e **83,5** milioni di euro di Ebitda Adjusted. Una crescita costante che dimostra l'efficacia con cui l'azienda sta attuando il suo piano di sviluppo, in un momento in cui l'economia mondiale sta attraversando, da ormai due anni, profonde turbolenze.

Una traiettoria di crescita continua, che ha portato il Gruppo a diventare il primo operatore al mondo nelle etichette per i vini e nelle carte speciali per il packaging di lusso e il terzo nei materiali autoadesivi, con 4.500 persone in 27 Paesi, 52 centri di produzione, taglio e distribuzione e 25.000 prodotti, cui si aggiungono le migliaia di soluzioni realizzate in esclusiva per i grandi brand della moda e del lusso.

¹ Proforma adjusted tenuto conto dell'impatto delle M&A (inclusa Divipa) delle sinergie e delle efficienze operative



“È stato un anno di grande intensità - commenta **Marco Nespolo, amministratore delegato del Gruppo Fedrigoni** - ma siamo riusciti a portare avanti con determinazione il nostro piano strategico e a garantire la piena continuità del business, mantenendo fede agli impegni presi con i clienti, grazie ad un intervento preventivo sui nostri processi, sugli approvvigionamenti e sui trasporti, in modo da fronteggiare il protrarsi dell'emergenza sanitaria e la carenza e il rincaro delle materie prime. E, considerati gli ottimi risultati, in particolare degli ultimi 12 mesi (marzo 2021-marzo 2022) rimaniamo ottimisti per il futuro, nonostante le tensioni per la guerra in Ucraina”.

“Abbiamo proseguito sul piano di attrazione dei talenti (oltre **377** nuove assunzioni in tutto il mondo, **900** negli ultimi tre anni) e sulla loro crescita – continua **Nespolo** - ed esteso la nostra presenza globale in Europa, America Latina, USA e Asia, grazie ad aperture in UK, Polonia, Cina, Indonesia, Filippine e a 3 nuove acquisizioni per rafforzare il nostro posizionamento sul mercato, ampliare la capacità produttiva e arricchire il nostro portafoglio di prodotti premium. Abbiamo, infatti, acquisito l'americana Acucote, la messicana Rimark e il 70% di una newco in joint venture con Tecnoform, per la produzione di soluzioni innovative per il packaging in cellulosa termoformata, che insieme alle operazioni di M&A condotte nel primo trimestre 2022 (l'azienda spagnola Divipa e la francese Tageos specializzata nell'RFID) hanno fatto salire a **8** le acquisizioni degli ultimi 3 anni. Abbiamo, inoltre, spinto l'acceleratore sugli investimenti, con oltre **66,6** milioni di euro investiti lo scorso anno (+40,4% verso 2020) per aumentare la capacità produttiva e sviluppare nuovi prodotti; budget che intendiamo ulteriormente incrementare anche per il 2022”.

Sul fronte del portafoglio prodotti, determinante è stato il riposizionamento - negli ultimi tre anni - delle due business unit verso segmenti di offerta premium, in grado di assorbire gli aumenti di prezzo e compensare l'incremento generale dei costi a monte. Nel 2021, infatti, entrambe le divisioni sono cresciute in termini di volumi e fatturato: 700,2 milioni di euro le revenue nel mondo delle carte speciali per il packaging di lusso e altre soluzioni creative (+22,8% sul 2020) e 937,6 milioni quelle delle etichette e materiali autoadesivi (+20,7%).

Una crescita che per Fedrigoni deve essere anche sostenibile, facendo progressi ogni giorno e mettendoli a fattore comune con tutto l'ecosistema, in particolare con i clienti e i fornitori. L'impegno sulla sostenibilità permea, infatti, l'intera strategia del Gruppo. Sul fronte dell'impatto ambientale, sono state ridotte dell'1,5% le emissioni assolute di CO₂ a fronte di un aumento dei volumi di circa il 5%, l'acqua pulita restituita all'ambiente ha superato l'obiettivo al 2030 (97% contro un target del 95%), i rifiuti recuperati sono arrivati all'84%, i volumi di prodotti con caratteristiche ESG avanzate sono raddoppiati. In ambito sociale, l'azienda è impegnata a creare un ambiente di lavoro sempre più sicuro e inclusivo: un traguardo rilevante riguarda ad esempio l'indice di frequenza degli infortuni, che si è ridotto del 32% nel 2021 (l'obiettivo a 10 anni è di -67%). Per quanto riguarda il target 2030 del 30% di donne in posizione manageriale, l'anno si è chiuso al 25%. “Un altro importante ruolo di Fedrigoni – aggiunge **Nespolo** - è quello di supportare i clienti nella transizione ecologica: dalla sostituzione della plastica con materiali più ecologici come la carta, alla creazione di materiali autoadesivi che nascano da materie prime sempre più riciclabili, fino al supporto dei clienti nella gestione sostenibile dei rifiuti, che vengono riutilizzati come materie prime in nuove filiere, anziché essere destinati alla discarica, secondo un modello virtuoso di circolarità”.

Per Fedrigoni ora la sfida è di proseguire sulla strada della crescita sostenibile e dell'innovazione, portando avanti un piano che poggia su cinque pilastri fondamentali: una gamma d'offerta premium sempre più distintiva, la relazione efficace ed esclusiva con ciascun cliente, l'eccellenza nella produzione e negli approvvigionamenti, la creazione di un ambiente inclusivo e orientato allo sviluppo delle persone e acquisizioni mirate all'espansione geografica e alla diversificazione dell'offerta, nel mondo delle etichette e materiali autoadesivi premium e del packaging di lusso e altre soluzioni creative.



Fedrigoni

Nata nel 1888, Fedrigoni oggi significa eccellenza nel mondo delle etichette e materiali autoadesivi e delle carte ad alto valore aggiunto per il packaging di lusso e altre soluzioni creative. Con oltre 4.500 dipendenti in 27 paesi e 25.000 prodotti, il Gruppo vende e distribuisce in 132 Paesi e, anche grazie alle recenti acquisizioni, ha guadagnato la posizione di primo player globale nelle etichette per i vini e nelle carte speciali per il packaging di lusso e di terzo player nei materiali autoadesivi premium. Fanno parte della divisione Paper il Gruppo Cordenons e lo storico marchio Fabriano, e della divisione Self-Adhesives, Arconvert, Manter, Ritrama (da febbraio 2020), IP Venus (da dicembre 2020), Acucote e Rimark (da giugno 2021), Divipa (febbraio 2022) e Tageos (aprile 2022). Fa parte del Gruppo anche il distributore americano GPA. Per maggiori informazioni: www.fedrigoni.com

Per ulteriori informazioni alla stampa: Stefania Vicentini, +39 335 5613180, sv@dicomunicazione.it

**FEDRIGONI
Group**

Sede legale
Via Enrico Fermi 13/f
37135 Verona (VR), Italy
T +39 045 8087888
F +39 045 8009015

Sede operativa
Piazzale Lodi 3
20137 Milano, Italy
T +39 02 467101

fedrigoni.com

