

Presentazione dei risultati

Bilancio 2024, Fedrigoni chiude l'anno con +14,8% di ricavi e +12,5% di Ebitda adjusted proforma sul 2023 nonostante la situazione di incertezza dei mercati mondiali

Il fatturato adjusted proforma 2024 è di 2,076 miliardi di euro, con un Ebitda adjusted proforma di 380 milioni. Il business è sempre più globale: 18% dei ricavi deriva dall'Italia, il rimanente è diviso tra resto d'Europa (43,2%) e del mondo (38,8%), quest'ultimo cresciuto di oltre l'8% dal 2023 grazie soprattutto a Fedrigoni Nord America. L'Ad Marco Nespolo: "Il 2024 ha visto una prima metà dell'anno con una buona ripresa e una seconda metà con una rinnovata volatilità, dovuta alla combinazione di un contesto macroeconomico sfavorevole e di un rallentamento dei mercati finali che serviamo, come il lusso e il vino. Nonostante tutto, siamo riusciti a portare avanti il nostro piano strategico, salvaguardando le performance economiche ed espandendo (in modo organico e inorganico) la nostra presenza globale, soprattutto in Nord America, Latin America e Asia Pacifico. Guardando al 2025, il primo trimestre ha visto un andamento piuttosto soft a causa del persistere dell'instabilità economica. In questo contesto di elevata volatilità, stiamo attuando delle contromisure sui volumi e sulla struttura dei costi per garantire una crescita della bottom line."

Milano, 12 maggio 2025 - Il Gruppo Fedrigoni - riferimento mondiale nella produzione di carte speciali per il packaging e altre applicazioni creative, etichette autoadesive, supporti grafici per la comunicazione visiva e RFID - ha chiuso il 2024 con un fatturato adjusted proforma di 2,076 miliardi di euro in crescita del 14,8% rispetto al 2023 (1,808 miliardi di euro). L'adjusted proforma EBITDA è salito del 12,5% dai 337,7 milioni di euro del 2023 ai 380 milioni del 2024, confermando la solidità e profittabilità dell'azienda nonostante la situazione globale di incertezza.

Tra gli elementi determinanti nella strategia del Gruppo vi è la dimensione globale di Fedrigoni, i cui ricavi nel 2024 provengono per il 18% dal mercato italiano, mentre il rimanente 82% è suddiviso tra resto d'Europa (43,2%) e resto del mondo (38,8%). Quest'ultimo in aumento di oltre l'8% rispetto all'anno precedente grazie soprattutto a Fedrigoni Nord America.

"Il 2024 ha visto una prima metà dell'anno con una buona ripresa e una seconda metà con una rinnovata volatilità, dovuta alla combinazione di un contesto macroeconomico sfavorevole e di un rallentamento dei mercati finali che serviamo, come il lusso e il vino. - commenta **Marco Nespolo, amministratore delegato del Gruppo Fedrigoni** - Nonostante tutto, siamo riusciti a portare avanti il nostro piano strategico, salvaguardando le performance economiche ed espandendo (in modo organico e inorganico) la nostra presenza globale, soprattutto in Nord America, Latin America e Asia Pacifico."

Sul fronte delle M&A, l'azienda ha portato a termine quattro nuove operazioni volte ad ampliare il portafoglio prodotti e a rafforzare la sua presenza globale: acquisizione di uno stabilimento di carte speciali in Cina, precedentemente parte del Gruppo Arjowiggins; partecipazione di minoranza nella start-up SharpEnd come parte del focus dell'azienda sull'offerta di prodotti digitalizzati; acquisizione di alcuni asset di Mohawk, il secondo player di carte speciali in Nord America; e acquisizione di Poli-Tape, produttore di materiali grafici per la comunicazione visiva. È stata inoltre finalizzata l'uscita dal business della carta per ufficio per concentrare Fabriano sui mercati a valore aggiunto, come l'arte e il disegno, la cancelleria e le carte di sicurezza, minimizzando l'impatto sulle persone coinvolte grazie alla collaborazione con il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, la Regione Marche e i sindacati.

Oltre a proseguire il percorso di espansione nelle etichette premium, nelle soluzioni graphics e di visual communication e nelle carte speciali per il packaging e la comunicazione creativa di alta gamma, Fedrigoni sta investendo sempre più sull'RFID (UHF, HF e NFC), sfruttando tutte le sinergie possibili con gli altri segmenti del Gruppo: è infatti in aumento la domanda di carte ed etichette intelligenti che consentono un'ampia gamma di applicazioni innovative come l'autenticazione dei prodotti,

l'anticontraffazione, la tracciabilità, la trasparenza della supply chain e il miglioramento della customer experience. Il business RFID di Fedrigoni – rappresentato da Tageos, produttore di riferimento mondiale negli inlay e nei tag RFID entrato a far parte del nostro Gruppo nel 2022 - ha visto i ricavi 2024 aumentare del 132,3% rispetto a quelli dello stesso periodo del 2023 (128,9 milioni di euro contro 55,5 milioni di euro); l'Ebitda adjusted 2024 è più che triplicato, passando da 6,5 milioni di euro nel 2023 a 21,2 milioni di euro nel 2024 (+226,2%).

“Guardando al 2025, il primo trimestre ha visto un andamento piuttosto soft a causa del persistere dell'instabilità economica - – continua **Nespolo** - Il business dei materiali autoadesivi ha evidenziato una traiettoria di miglioramento nel primo trimestre 2025 rispetto all'ultimo trimestre 2024; l'RFID (non ancora consolidato nel bilancio) ha mantenuto il suo trend di crescita; il mondo delle carte speciali ha invece evidenziato una domanda debole, soprattutto a causa delle dinamiche presenti nel mercato del lusso. In questo contesto di elevata volatilità, stiamo attuando delle contromisure sui volumi e sulla struttura dei costi per garantire una crescita della bottom line”.

Riguardo ai dazi annunciati dall'amministrazione statunitense, l'impatto diretto sul Gruppo è mitigato dalla presenza di attività produttive nel mercato nordamericano: un sito produttivo di materiali autoadesivi in North Carolina, un impianto di produzione RFID sempre in North Carolina (costruito nel 2024) e uno stabilimento di carte speciali nello Stato di New York. L'azienda sta valutando potenziali azioni per ridurre l'impatto dei dazi sui prodotti finiti provenienti dall'Europa. Si stima, infine, un potenziale rallentamento dei volumi che potrebbe derivare - in modo simmetrico per tutti gli operatori del mercato - da una recessione generalizzata legata al protrarsi del conflitto commerciale globale.

Anche nel 2024 Fedrigoni ha portato avanti il suo impegno di **sostenibilità**. Le aree di maggior focus includono la riduzione delle emissioni di gas serra, l'ottimizzazione dei prodotti secondo un approccio circolare e di eco-design, l'approvvigionamento sostenibile e la gestione responsabile delle risorse naturali per migliorare la biodiversità. Nel campo dell'innovazione l'azienda sta dando priorità ai materiali riciclati e alle soluzioni compostabili, con l'obiettivo di sostituire la plastica monouso e migliorare la sostenibilità degli imballaggi. Tra i progetti più significativi c'è l'investimento in una quota di minoranza di Papkot, una start-up innovativa che ha sviluppato la prima tecnologia per il rivestimento a base di fibre ad alta resistenza, completamente riciclabili e biodegradabili, eliminando la plastica dagli imballaggi monouso. Grazie ai suoi progressi il Gruppo ha ottenuto un miglioramento di 10 punti nella S&P Global Corporate Sustainability Assessment, il Rating Platino da EcoVadis e un riconoscimento nel CDP (Carbon Disclosure Project) per la gestione ambientale.

Tutti i dettagli sono disponibili nell'[Annual Report 2024](#).

Fedrigoni

Fondata nel 1888 a Verona, Fedrigoni è oggi il primo operatore a livello globale sia nelle carte speciali per il luxury packaging sia nelle etichette di pregio per i vini, il terzo attore nel mercato dei materiali autoadesivi e nella produzione di inserti RFID, il secondo nelle carte per l'arte e il disegno con il marchio Fabriano. Con quasi 6.000 persone in 28 Paesi e 78 stabilimenti tra siti produttivi, centri di taglio e distributivi, il Gruppo vende e distribuisce oltre 25.000 prodotti in 132 Paesi. Per maggiori informazioni: www.fedrigoni.com

Per ulteriori informazioni alla stampa:

Stefania Vicentini, +39 335 5613180, sv@dicomunicazione.it