

Voices

1981-2011
RADICI NOVACIPS:
30 YEARS
OF PASSION
FOR PLASTICS...



LA NOSTRA PASSIONE PER LA PLASTICA...

Uno stabilimento in Italia. Dieci dipendenti. Una linea produttiva da 3.600 chilogrammi giorno. Produzione di tecnopolimeri di base.

Tutto ha inizio da qui. Da un'idea. Dalla convinzione - quella di Fausto e Gianni Radici - che il Gruppo, il cui core business sino agli anni settanta era rappresentato dai settori delle fibre sintetiche e del tessile, dovesse diversificare le proprie attività puntando su mercati con forti prospettive di crescita e, al tempo stesso, potesse valorizzare e recuperare i suoi prodotti meno nobili (scarti provenienti dalle produzioni di filati di poliammide 6). Tutto questo sfruttando le competenze acquisite sino a quel momento nell'ambito della produzione e lavorazione del nylon.

Sei stabilimenti produttivi dislocati tra Italia, Germania, Stati Uniti, Brasile e Cina.

Una presenza globale supportata da un network di unità commerciali con forti presenze locali in Italia, Germania, Francia, Spagna, Gran Bretagna, Nord e Sud America, Cina, India. Quattrocento dipendenti. Prodotti di alta gamma. Know-how. Posizione di leadership sul mercato internazionale.

Nel corso di questi trent'anni RadiciGroup è cresciuto sino a diventare oggi uno tra i più qualificati produttori a livello mondiale di tecnopolimeri a base poliammide e poliestere. Una realtà in grado di soddisfare le esigenze dei propri clienti, fornendo loro prodotti altamente innovativi, di qualità e sostenibili, unitamente ad un supporto tecnologico allo sviluppo e ad un'affidabilità complessiva del proprio servizio. Affidabilità che si traduce nella capacità di assistere il cliente fin dalla progettazione, trovare per lui soluzioni economicamente vantaggiose, garantire consegne puntuali, prestare un supporto tecnico pre e post-vendita impeccabile. In breve, essere percepiti come un partner. Dal 1981 sono cambiate molte cose, ma c'è un aspetto che ha mantenuto nel tempo la sua centralità: le persone. Ed è proprio alle parole di alcune di loro che RadiciGroup ha voluto dare spazio in questa occasione, per raccontare di questi suoi trent'anni di attività nel settore delle materie plastiche.

OUR PASSION FOR PLASTICS...

1981

One factory in Italy. Ten employees. A production line turning out 3,600 kilos a day. Commodity polymer production.

It all started here. From an idea. From Fausto and Gianni Radici's conviction that the Group - whose core businesses were synthetic fibres and textiles up to the 1970s - should diversify and focus on markets with strong growth prospects. At the same time, they wanted to recover and put to good use their lower quality products, i.e., rejects from polyamide 6 yarn manufacturing, and, most importantly, take advantage of the know-how already acquired in nylon production and processing.

2011

Six production facilities located in Italy, Germany, the United States, Brazil and China.

A global presence supported by a strong network of local sales units in Italy, Germany, France, Spain, Great Britain, North America, South America, China and India. Four hundred employees. High-end production. Know-how. International market leadership position.

During the last thirty years RadiciGroup has grown to become one of the world's most knowledgeable manufacturers of polyamide and polyester engineering plastics. An organization capable of meeting customer needs by supplying not only highly innovative, sustainable, quality products but also technological assistance to customers in their development projects and reliable service. Reliability means being there to assist the customer right from the design stage, offering economically advantageous solutions, ensuring on-time delivery and providing excellent before- and after-sales technical support. In short, being recognized as a partner. Many things have changed since 1981, but RadiciGroup has always maintained one central focal point: people. And, on this occasion, the Group would like to give some of these people the opportunity to provide us with a first-hand account of their experiences in the past thirty years in the plastics industry.



VITTORIO LAZZARINI for RADICI NOVACIPS SPA...

Lei è arrivato in Radici Novacips pochi mesi dopo la sua nascita. Brevemente, come descriverebbe il suo lavoro e quello dei suoi colleghi nel 1982?

Dovessi usare un solo termine per descrivere cosa facevamo noi, primi dipendenti di quella che allora si chiamava Novacips, ecco, userei un verbo: sperimentavamo. Sì, proprio questo, eravamo dei veri e propri sperimentatori. Si trattava di un'attività nuova per il Gruppo, intenzionato in quegli anni a diversificare le proprie attività industriali puntando su nuovi business. Nuovi settori che, come quello delle materie plastiche, oltre ad essere in forte espansione potessero permettergli di sfruttare la sua esperienza nel settore del nylon. Inizialmente la nostra attività consisteva nella produzione di tecnopolimeri realizzati con una serie di prodotti di poliammide meno nobili, scarti industriali provenienti da stabilimenti italiani e tedeschi di RadiciGroup, attivo in quegli anni nella produzione di fibre sintetiche. In questo modo, grazie a Novacips, anziché esser considerati non più utilizzabili, questi prodotti di nylon potevano essere valorizzati e tornare a vivere in altre forme.

Quali erano le principali difficoltà di questa prima attività produttiva?

Essere pionieri, in una qualsivoglia attività, significa spesso dover risolvere i problemi senza poter contare su soluzioni certe. Ricordo che quando arrivavano i camion di materiale da selezionare - bobine di filo che tagliavamo con un filo caldo, cordonetto, bobine di magline - in mezzo ci potevi trovare di tutto. Bulloni, graffette, cotone per citarne alcuni. Tutto da controllare manualmente. Una volta fatta questa selezione, i cascami venivano poi macinati in una sorta di mulino trituratore, trasformati prima in fiocco e poi estrusi sino a diventare un piccolo cip di plastica. E riuscire nell'operazione di estrusione non era affatto semplice, glielo assicuro. C'era un cambio filtri continuo. In reparto lavoravamo con gli stivali da tanti erano gli scarti. A supportarci c'era solo il laboratorio di Ricerca e Sviluppo di quella che allora si chiamava Textile Produkte, oggi Radici Yarn, azienda del Gruppo attiva nella produzione di polimero e filati di nylon 6, da cui provenivano parte degli scarti industriali che andavamo a lavorare.

Come ha visto evolvere quest'azienda?

Con il trascorrere degli anni Radici Novacips ha cominciato ad acquisire competenze nel settore delle materie plastiche. L'ho vista migliorare i processi interni, creare un laboratorio per il controllo della qualità e per un'attività di ricerca e sviluppo su cui, nel tempo, ha sempre più investito, focalizzarsi sul cliente, sviluppare prodotti di alta gamma. E ancora, andare direttamente sul mercato con una propria rete vendita, studiare i concorrenti, dare massima attenzione al miglioramento delle performance in termini di efficienza produttiva. Non dimentichiamo poi il suo focus sull'ottimizzazione della qualità, sulla massima soddisfazione del cliente, sull'attenzione all'ambiente e alla sicurezza dei propri lavoratori,

You joined Radici Novacips just a few months after the company was founded. How would you describe your work and the work of your colleagues back in 1982?

If I had only one word to describe what we did as the first employees of the company – called Novacips back then –, I would use a verb: experiment. Yes, that's exactly it; we were real experimenters. It was a new business for the Group, which in those days was firmly set on diversifying its industrial activities by entering new markets. New sectors in rapid expansion, like plastics, where the Group could put to use its experience in nylon production. Initially, we were involved in the production of engineering plastics using a series of less noble polymers – industrial rejects and waste from RadiciGroup plants in Italy and Germany, which in those years were engaged in manufacturing synthetic fibres. In the Novacips plant, all the nylon products that would have previously been considered unusable could be reprocessed and given a second life in other forms.



VITTORIO LAZZARINI

Radici Novacips SpA Production Planner
With RadiciGroup since 1982

What were the main difficulties you encountered in this early production activity?

In any kind of business, being a pioneer often means trying to find a solution to a problem without having the certainty that there really is a solution. I remember that the truckloads of material to be sorted – bobbins of yarn that we would cut using a hot wire, tyre cord, spools of jersey – actually contained something of everything: bolts, staples, cotton, just to mention a few of the things we found. It all had to be checked and sorted manually. After the sorting operation, the waste yarn was ground in a kind of grinding mill, processed into staple and then extruded into tiny plastic chips. Doing the extrusion wasn't easy, I can assure you. Filters had to be continually replaced. In the shop, we all worked wearing high boots; the waste material was so deep. The only assistance we could count on was from the Research and Development laboratory of Textile Produkte, a Group company

that supplied part of the industrial waste we processed. Today that company is called Radici Yarn and is still active in nylon 6 polymer and yarn production.

Would you give us your point of view on how the company evolved?

As the years went by, Radici Novacips acquired the necessary skills in the plastics sector. I saw how Novacips improved its internal processes, created a quality control and research and development laboratory – in which it has invested more and more resources over the years –, and focused on customer needs and developing high-end products. It also started selling directly on the market with its own sales network and began studying the competition and aiming at maximizing production efficiency. I shouldn't forget to mention how Novacips enhanced its focus on quality optimization, total customer satisfaction, care for the environment and worker health and safety, and finally how it went

sull'internazionalizzazione della propria struttura.

Ci riassume, dandoci un riferimento temporale, le tappe fondamentali della storia di Radici Novacips dal 1981 ad oggi?

Dunque, dopo la nascita di Radici Novacips, nel 1986 viene creata una sede commerciale in Francia, RadiciPlastics France. Nel 1988, con l'acquisizione della SICO, possiamo contare su un secondo impianto produttivo italiano, Radici Novacips di Chignolo d'Isola. Nel '96 viene aperta la sede commerciale inglese Radici Plastics UK Ltd, mentre l'anno successivo è la volta dell'impianto produttivo in Sud America, Radici Plastics Ltda. Nel 1998 nascono Radici Plastics USA Inc, sito produttivo e commerciale negli Stati Uniti, e la tedesca Radici Plastics GmbH, impianto produttivo sito a Lüneburg, con quattro sedi commerciali dislocate in diverse aree della Germania. Dal 2000, anno di nascita della sede commerciale spagnola Radici Plastics Iberica, abbiamo poi esteso la nostra presenza in Cina, prima con la sede commerciale Radici Chem Shanghai nel 2003 e successivamente, nel 2006, con l'impianto produttivo di Radici Plastics Suzhou. In questo stesso anno c'è stata la nascita della sede commerciale indiana, Radici Plastics Modi P.Ltd, sino ad arrivare, nel 2010, a rafforzare la presenza di Radici Plastics USA Inc negli stati Uniti. Ecco riassunti i nostri trent'anni di storia.

La nostra passione per la plastica...

Ci dà una sua interpretazione di questa frase?

Si parla certamente di persone. Del loro modo di agire in azienda, di lavorare. Con impegno, determinazione, responsabilità. Credo che uno dei punti di forza di Radici Novacips sia stato e continui ad essere proprio questo: la passione e la professionalità che ciascuno di noi ha sempre messo nel fare il proprio lavoro.

global and created an international organization.

Could you recap the key events and dates in Radici Novacips' history from 1981 to the present?

Well, a few years after Radici Novacips was founded, in 1986 a sales office in France called RadiciPlastics France was created. In 1988, SICO was purchased and Radici Novacips acquired a second production plant in Italy, the one located in Chignolo d'Isola. In 1996 a sales unit, Radici Plastics UK Ltd, was opened in England, and the following year a South American production plant, Radici Plastics LTDA, was put into production. In 1998 Radici Plastics USA Inc, a production facility and sales unit in the USA, was set up. In the same year Radici Plastics GmbH, a production site in Lüneburg together with four sales branches located in various areas of Germany, was created. After the incorporation of Radici Plastics Iberica in Spain in 2000, we began to expand our presence in China: first, in 2003, by opening the sales unit Radici Chem Shanghai, and then, in 2006, by starting the production unit Radici Plastics Suzhou. The same year Radici Plastics Modi P.Ltd, a sales company in India, was established and, finally, in 2010 Radici Plastics USA Inc. strengthened its presence in the USA by acquiring compounder Michael Day. This is, in short, our thirty-year history.

Our passion for plastics...

Can you give us your take on this motto?

When we talk about passion, we're talking about people. About the way they operate and work for the company... with commitment, determination, responsibility. I believe that the strength of Radici Novacips has always stemmed from the passion and the professionalism that each and everyone of us puts into his or her work.

JANE CAMPOS for RADICI PLASTICS Ltda...

Lei ha visto crescere Radici Plastics Ltda. Com'è cambiata nel corso degli anni quest'azienda di RadiciGroup?

Sono parte di Radici Plastics Ltda dal settembre del 1998, dal primo settembre per la precisione. Una data questa, che per RadiciGroup ha significato l'avvio formale di un'attività produttiva in Brasile e il primo passo verso un processo di internazionalizzazione della propria struttura. Un processo guidato da una filosofia ben precisa: Radici ha voluto esser presente in quelle aree geografiche dove i suoi clienti globali hanno voluto che fosse e da lì, offrire loro qualità, tecnologie di alto livello e un supporto personalizzato nello sviluppo del prodotto. Tutto questo continuando ad essere un partner affidabile anche per i clienti locali. Radici Plastics Ltda nasce nel 1997 come società commerciale. Poi, l'anno successivo, con l'acquisizione da parte di RadiciGroup del compounder



JANE CAMPOS

Radici Plastics Ltda CEO
With RadiciGroup since 1998

You have seen Radici Plastics Ltda grow. How has this RadiciGroup company changed over the years?

I have been part of Radici Plastics Ltda since September 1998, 1st September, to be precise. This was the date when RadiciGroup started production in Brazil, the first step in internationalizing its organizational structure. The process was guided by a very precise strategy: the Group needed to be present in those geographical areas where its global customers wanted it to be. From those locations it could provide quality, high technology and customized support in product development, all the while continuing to be a reliable partner for its local customers. Radici Plastics Ltda was created in 1997 as a sales company. The following year, RadiciGroup acquired the Brazilian compounder Petronyl, a company where I had already been working in sales for a few years. So Radici Plastics Ltda made the transition to a production unit based in Araçariçuama, Sao Paulo. Since its founding, my company has

brasiliano Petronyl, realtà presso cui io lavoravo come venditrice già da alcuni anni, l'evoluzione in unità produttiva con sede ad Araçariçuama, San Paolo. Dalla sua nascita ad oggi Radici Plastics Ltda è cambiata certamente molto. Inizialmente eravamo fornitori di un mercato poco o per nulla esigente in termini di prodotti dall'elevato contenuto tecnologico. Oggi sviluppiamo una gamma completa di articoli ad alte prestazioni, tecnopolimeri sempre più specialistici e personalizzati a seconda delle specifiche richieste dei nostri clienti. Ci sono stati anche momenti non facili per noi, certo. Mi riferisco al biennio 2000 - 2002, che ci ha visti penalizzati dalla svalutazione monetaria e dalla difficile situazione economica in cui versava il nostro paese. Una situazione che si è fortunatamente risolta a partire dal 2003 e che nel 2010 ha visto il Brasile protagonista di una crescita economica tra le più significative a livello mondiale. Lo scorso anno il tasso di crescita del Pil del nostro paese ha superato il 7,5%.

Quali sono i punti di forza di Radici Plastics Ltda?

La flessibilità. Il know how. Il nostro essere integrati nelle materie prime. La velocità d'azione nel fornire supporto e sviluppo tecnico ai nostri clienti. Una rete commerciale capillare e ben strutturata. Ritengo siano questi i principali fattori che ci hanno permesso di essere tra i più importanti produttori di tecnopolimeri dello scenario brasiliano.

Com'è andato il 2010 per la vostra azienda?

Lo scorso anno i risultati in termini di vendita sono stati assolutamente soddisfacenti. Rispetto al 2009 abbiamo registrato un incremento del 35% in termini di fatturato e del 25% in termini di volumi. Abbiamo inoltre consolidato sempre di più la nostra presenza presso clienti globali.

Previsioni per il 2011 e obiettivi per il futuro?

Lo scenario per il 2011 è diverso, certamente più conservatore rispetto a quello 2010. Siamo di fronte ad un mercato con una crescita molto bassa e questo a seguito dell'attuale situazione economica del paese. Una situazione caratterizzata da un rallentamento e penalizzata sia da un elevato tasso di inflazione, sia da un taglio netto del credito al consumo. Ma siamo assolutamente ottimisti. Abbiamo mantenuto le nostre quote di mercato e questo è di fondamentale importanza per noi. Stiamo inoltre puntando su nuovi paesi sudamericani come l'Argentina, dove abbiamo già ottenuto buoni risultati, il Perù, la Colombia e il Cile. Obiettivi per il prossimo anno? Beh, sicuramente quello di mantenere i volumi in Brasile e trovare sempre più spazio anche nel resto del mercato latino-americano. Intendiamo inoltre investire nella direzione di un miglioramento complessivo della struttura della nostra azienda e nella realizzazione di un centro tecnico e di sviluppo produttivo che possa supportare la messa a punto di prodotti dall'elevato contenuto tecnico, necessari per un mercato sempre più esigente.

Cosa rappresenta per lei RadiciGroup?

La mia famiglia. È parte della mia vita e della mia storia. Sono cresciuta qui, sia professionalmente che come persona, affiancata da professionisti di grande valore. Sono orgogliosa di far parte di questo Gruppo.

La nostra passione per la plastica...

Ci dà una sua interpretazione di questa frase?

Significa essere pronti ogni giorno ad affrontare nuove sfide. Con energia ed entusiasmo.

changed a lot.

At the beginning we supplied a market that was not very – or even not at all – demanding in terms of products and services. Today, we manufacture a complete range of high-performance items: engineering plastics that are ever more specialized and tailored to our customers' specifications.

Of course there have been difficult moments, such as the two-year period 2000-2002, when we were penalized by currency devaluation and the difficult economy our country was experiencing. Luckily, in 2003 the situation started improving. In 2010 the economic recovery in Brazil was among the strongest worldwide: our GDP growth rate exceeded 7.5%.

What are Radici Plastics Ltda's strengths?

Flexibility. Know-how. Raw material vertical integration. Speed in providing customer assistance and product development support to our customer base. A well-structured sales network ensuring full coverage. I think these are the main factors that have contributed to our becoming one of the most important producers of engineering plastics on the Brazilian market.

How did your company perform in 2010?

Last year's sales results were totally satisfactory. Compared to 2009, we recorded an increase of 35% in sales revenue and 25% in volume. Moreover, we strengthened our business relations with our global customers.

What is your forecast for 2011? And what about your goals for the future?

The 2011 scenario is different and certainly less dynamic compared to 2010. As a result of the current economic situation in the country, we are looking at a low growth rate in our market. We are going through a slowdown and are hurt by both a high inflation rate and a large reduction in consumer credit.

But we remain absolutely optimistic. We have been able to hold on to our market share, which is crucial for us.

Furthermore, we are now focusing on new South American countries, such as Argentina, where we have already achieved good results, Peru, Colombia and Chile. As for next year's goals ... well, surely, to maintain our current volumes in Brazil and at the same time to gain new ground in the rest of the Latin American market. We intend to invest in improving our company organization as a whole, as well as in building a technical support and product development centre, which will provide assistance in the design and development of technologically advanced products to meet the needs of an increasingly demanding market.

What does RadiciGroup mean to you?

It's my family. It's part of my life and what I am. I grew up here, both professionally and personally, side by side with professionals of a high calibre. I am proud to be a part of this Group.

Our passion for plastics...

Can you give us your take on this motto?

It means always ready to face new challenges. With energy and enthusiasm.

DANILO MICHELETTI for RADICI PLASTICS USA Inc...

Il 1998 è la data di nascita dell'americana Radici Plastics USA Inc. Ci descrive brevemente la storia di quest'azienda?

Dunque, la nostra presenza in loco negli Stati Uniti è cominciata con un approccio di tipo pre-marketing. Radici Plastics USA nasce infatti come società commerciale, per poi cambiare la propria natura di lì ad un anno con l'avvio dell'attività produttiva. A Blacksburg, in South Carolina, avevamo due linee dedicate rispettivamente una a prodotti industriali, l'altra a prodotti di prima scelta. Nel 2005 poi, c'è stato un importante cambio di strategia: per rispondere al meglio a quanto richiedevano i nostri clienti, abbiamo voluto concentrarci su prodotti speciali, caratterizzati da un contenuto tecnologico più elevato, prodotti per la cui realizzazione l'impianto di Blacksburg non risultava essere adeguato. Da qui la dismissione dell'attività produttiva e la conseguente decisione da una parte di aumentare l'import di prodotti finiti, dall'altra di appoggiarci, per la produzione in loco, a terzi tecnologicamente specializzati. Una strategia che nel corso degli anni ci ha pienamente ripagati se si considera che tra il 2005 e il 2009, ossia pre acquisizione MDE, quest'azienda oggi sita a Wadsworth, in Ohio, è cresciuta in termini di vendite e fatturato di circa il 45%. In questi anni l'obiettivo è sempre stato quello di conquistare market share e rafforzare la nostra posizione sul mercato americano, un obiettivo che ci ha portati lo scorso anno all'importante acquisizione del compounder americano Michael Day Enterprises.

Cos'ha significato per voi l'operazione MDE?

Come dicevo prima, in MDE abbiamo trovato un partner ideale per rafforzare la nostra presenza su un mercato notoriamente conservatore come quello statunitense e di cui oggi, nel nostro settore, deteniamo una quota pari al 4%. Un partner ideale innanzitutto per la tipologia di prodotti vista la focalizzazione sul nylon, per la sua decennale ed eccellente conoscenza del mercato locale, in particolare di quello automobilistico. E ancora, per il suo consolidato Sales Network. Oggi Radici Plastics USA può sfruttare in maniera sinergica l'unione tra tutto questo e il know-how, le competenze, l'integrazione nelle materie prime che da sempre la contraddistinguono. Sono oltre 250 le omologazioni auto - attive e utilizzabili a livello mondiale, in particolare in Asia - di cui siamo entrati in possesso grazie a MDE e che oggi ci consentono di far parte della piattaforma mondiale di fornitori automotive.

Gennaio 2010, settembre 2011. Un bilancio dei risultati ottenuti da Radici Plastics USA Inc in questi 20 mesi?

Il bilancio è sicuramente positivo direi. Da gennaio 2010 ad oggi abbiamo ottenuto risultati brillanti sia in termini finanziari, sia in termini di quote di mercato acquisite. Prevediamo di chiudere questo 2011 con una crescita complessiva, di volumi e fatturato, di circa il 30%. L'integrazione di MDE è avvenuta senza particolari problemi e con il mantenimento quasi totale di un management la cui flessibilità, dedizione e il cui coinvolgi-

Radici Plastics USA Inc. was founded in 1998. Could you give us a brief history of the company?

Well, our local presence in the USA was, at first, a kind of pre-marketing activity. In fact, Radici Plastics USA was founded as a sales company and then it changed its activity to manufacturing a year later. In Blacksburg, South Carolina, we had two lines: one dedicated to industrial products and the other to top-grade items. Then, in 2005, the company significantly changed its strategy: to better meet the needs of our customers, we decided to focus on specialities with a higher technological content, which our Blacksburg plant was unable to produce satisfactorily. So we shut down production and made the decision both to increase our imports of finished goods and to subcontract out production to local third-party companies with the necessary technological specialization. Throughout the years, this strategy has fully repaid our efforts, considering that from 2005 to 2009 – even prior to the Michael Day Enterprises (MDE) acquisition – Radici Plastics, today based in Wadsworth, Ohio, boosted its sales revenue and volume by about 45%. During those years our aim was always to win market share and strengthen our position in the American market. And it was this objective that led to the important acquisition of compounder MDE last year.

How has the MDE acquisition contributed to your organization?

As I've already mentioned, we determined that MDE would be the ideal partner to strengthen our presence in the notoriously conservative United States market, where today we hold a 4% share in our sector. It's an ideal partner, first of all, because of its products centring on nylon and, secondly, because of its ten years' of experience and excellent knowledge of the local market, particularly the automotive industry. And what's more, its strong sales network.

Now Radici Plastics USA can take advantage of the synergies from the combination of all of MDE's assets and the strengths that have always distinguished our company: know-how,

competence and raw materials vertical integration.

Thanks to MDE, we have acquired over 250 automotive certifications that can be used worldwide, particularly in Asia, and have allowed us to become part of the global pool of automotive suppliers.

January 2010 to September 2011. What is your overall assessment of the results achieved by Radici Plastics USA Inc in these 20 months since the MDE acquisition?

I would say that our performance has been very positive. From January 2010 to the present we have achieved brilliant results in terms of both financial figures and market share.

We expect to close the year 2011 with growth of about 30% in sales volume and revenue. The MDE integration was accomplished smoothly without any major problems and by retaining almost all of the man-

**DANILO MICHELETTI**

RadiciGroup Plastics Chief Operating Officer
North & South America and China
With RadiciGroup since 1997

mento sono stati fondamentali nel determinare questo successo.

Obiettivi per il futuro?

Ambiziosi e guidati da una convinzione: quella di essere solo all'inizio della nostra impresa. Siamo determinati a crescere e a proseguire nell'acquisizione di quote di mercato, da soli o con altri come abbiamo sempre fatto. A continuare ad investire sia per efficientizzare e rendere sempre più sicuri i nostri impianti, sia per migliorare la nostra struttura organizzativa. Il nostro focus? Sullo sviluppo di prodotti ad elevato valore aggiunto, prodotti contraddistinti dal massimo contenuto tecnologico.

La nostra passione per la plastica...

Ci dà una sua interpretazione di questa frase?

Mi viene in mente un'immagine. Quella di me che, mentre sono all'interno di un grande magazzino, non riesco a resistere alla tentazione di analizzare e ispezionare un qualunque oggetto, di plastica ovviamente, che mi capita tra le mani. C'è chi legge l'origine di provenienza, chi guarda il colore, chi la forma di un oggetto. Ecco, io invece mi chiedo sempre di che materiale sia fatto. La chiamo deformazione professionale.

agement team, whose flexibility, dedication and involvement have been fundamental to our success.

What are your goals for the future?

Ambitious and guided by the firm belief that we are only at the start of our business. We are determined to grow and continue acquiring market share, on our own or in partnership with others, as we have always done. We plan to invest in increasing the efficiency and safety of our plants, as well as in improving our organizational structure. And our focus will be on developing high value-added products, products featuring high technological content.

Our passion for plastics...

Can you give us your take on this motto?

An image comes to mind. Of myself, when I'm in a department store and can't resist the temptation to analyze and inspect every object I get my hands on – especially the ones made of plastic. Some read about where things are made, others look at their colour or shape. But I always wonder what they're made of. It's called professional obsession.

MICHAEL MERTENS for RADICI PLASTICS GmbH...

Nel 1998 RadiciGroup dà vita a Radici Plastics GmbH attraverso l'acquisizione della tedesca Rauscher. Ci descrive brevemente la struttura di quest'ultima azienda presso cui lei già lavorava?

Ho iniziato il mio lavoro in Franz Rauscher nell'ottobre del 1994. Questa realtà, una delle più affermate nel suo settore sul mercato tedesco, faceva capo ad una serie di filiali commerciali - dislocate tra Amburgo, Reutlingen, Viernheim e Bergisch Gladbach - e al sito produttivo Hera-Plast, situato a Lüneburg. Io lavoravo qui, in Hera-Plast, dove ci si occupava dello sviluppo e della realizzazione di tecnopolimeri standard.

Il rapporto di Franz Rauscher con RadiciGroup, nello specifico con Radici Novacips, risale agli inizi degli anni ottanta ed era un rapporto di natura commerciale. Rauscher infatti, grazie alla capillare rete vendita che la contraddistingueva, si occupava della commercializzazione non solo di quei prodotti standard realizzati in Hera-Plast, ma anche di tecnopolimeri di alta gamma prodotti presso il sito italiano di Radici Novacips. Prodotti questi ultimi, con i quali Rauscher poteva misurarsi e competere con concorrenti come Basf, Bayer e altri ancora. Quello tedesco è sempre stato un mercato strategico per RadiciGroup, allora come oggi. Innanzitutto la Germania, in termini di consumo di materie plastiche, era ed è il più grosso mercato a livello europeo. Un mercato che inoltre, non dimentichiamolo, è quello che maggiormente influenza i più importanti mercati mondiali, da quello cinese a quelli statunitense e sud americano per citarne alcuni. I più qualificati fornitori di prodotti e servizi per il settore auto e per quello elet-

RadiciGroup created Radici Plastics GmbH In 1998 through the acquisition of the German company Rauscher. Would you briefly describe how Rauscher, a company you were already working for at the time, was organized?

I started working for Franz Rauscher in October 1994. Rauscher, one of the most well-known firms in its field on the German market, was made up of several sales branches, located in Hamburg, Reutlingen, Viernheim and Bergisch Gladbach, and a production site, Hera-Plast, in Lüneburg. I worked for Hera-Plast, where we devel-

oped and produced standard engineering plastics. Franz Rauscher's business relations with RadiciGroup, more specifically Radici Novacips, dated back to the early 1980s and were of a commercial nature. Rauscher, through its close-knit sales network, was engaged in the sale of commodity products manufactured by Hera-Plast and high-end engineering plastics made by the Radici Novacips plant in Italy. The latter were the kind of products that allowed Rauscher to compete with companies like BASF and Bayer.

The German market has always been a strategic one for RadiciGroup, back then as well as today. Foremost, Germany was and continues to be the largest market in Europe in terms of plastics consumption. In addition, the German market has the most significant influence on the most important world markets, such as China, the US and South America, to mention just a few. Traditionally German firms have been the



MICHAEL MERTENS

Radici Plastics GmbH Laboratory & Quality Manager
With RadiciGroup since 1998

trico/elettronico per esempio, due tra i settori più significativi per il nostro Gruppo, erano e sono tedeschi. Parliamo di leader mondiali, colossi con una presenza globale. Essere in Germania con una propria struttura produttiva e commerciale, per RadiciGroup significava dunque poter servire al meglio i suoi clienti locali, rafforzare la sua presenza sul mercato tedesco, acquisire quote di mercato in Europa. È stato tutto questo a portare all'operazione di acquisizione della Rauscher e alla nascita di Radici Plastics GmbH.

Quali evoluzioni ha avuto il suo percorso professionale nel corso del tempo?

In Hera-Plast, oggi Radici Plastics GmbH di Lüneburg, ho lavorato dapprima come responsabile nell'ambito delle funzioni Qualità e Assistenza Tecnica. Poi, in un secondo momento, mi sono occupato della formazione di giovani studenti impegnati nell'attività di apprendistato. Nel corso degli anni la funzione Qualità, alla quale continuavo e continuo tutt'oggi ad esser legato, acquisì sempre più peso in Hera-Plast; dal '98, con Radici, diventò per noi, così come per tutte le aree di business di RadiciGroup, un elemento di centrale importanza. Nei settori nei quali Radici Plastics GmbH si trova ad operare, in particolare in quelli automobilistico ed elettrico elettronico, sono richiesti i massimi livelli di qualità, produttività, competitività per i propri prodotti, oltre che un focus sul processo di miglioramento continuo. In questi mercati si punta a fare sempre più efficienza ed è necessario essere allineati ai bisogni specifici del cliente. Per questo nel corso del tempo abbiamo investito sulla qualità dei processi di produzione, dei prodotti, dei servizi, utilizzando sistemi innovativi e nuove tecnologie. La mia funzione di Laboratory & Quality Manager mi ha portato a collaborare oltre che con i colleghi italiani della nostra capofila Radici Novacips, con diverse aziende del Gruppo tra cui l'italiana Radici Fil di Casnigo e la tedesca Radici Chimica Deutschland di Zeitz. I progetti più recenti invece, mi hanno visto e mi vedono impegnato, in qualità di responsabile, nel lavoro di realizzazione di un sistema di gestione adeguato a tenere sotto controllo gli impatti ambientali delle nostre attività. Un sistema di cui ricerchiamo costantemente il miglioramento. Sto inoltre collaborando a quell'importante processo di integrazione di Radici Plastics GmbH alla struttura europea dell'area materie plastiche di RadiciGroup. Un processo che è stato graduale nel corso degli anni e che in tempi più recenti, grazie ad un efficiente coordinamento europeo del business, ha subito una significativa accelerazione.

Punti di forza di Radici Plastics GmbH?

Direi innanzitutto il suo poter contare, grazie all'appartenenza a RadiciGroup, sull'integrazione nelle materie prime e su una conoscenza e un know-how di tutto rispetto nel settore del nylon.

Poi la flessibilità che ne caratterizza la struttura. Non da ultimi il capillare sales network sul territorio tedesco di cui dispone e quella presenza globale che le consente di raggiungere e fornire i suoi clienti in ogni parte del mondo.

Cosa rappresenta per lei RadiciGroup?

Un attore globale nel business della poliammide, un gruppo dalle elevate potenzialità di sviluppo del mercato. Il nostro esser parte di RadiciGroup, quindi il poter contare sull'integrazione e sulle competenze nel settore del nylon che ne caratterizzano la struttura, rappresenta certamente uno degli elementi più importanti per noi.

best-qualified suppliers of products and services for the automotive and electrical/electronics sectors, two of the most important markets for RadiciGroup. We are talking about world leaders, giant companies with a global presence. Having its own production and sales units in Germany meant that RadiciGroup could strengthen its presence in the German market, improve its service to local customers and gain market share in Europe. All these factors were behind RadiciGroup's acquisition of Rauscher and the creation of Radici Plastics GmbH.

How have your job and duties changed over the years?

At Hera-Plast, which today is Radici Plastics GmbH in Lüneburg, I worked firstly as Quality and Customer Technical Assistance manager. Later on, I was assigned the responsibility of training young people going through their apprenticeship period.

Over the years, the quality function, which had always been part of my job, became more important to Hera-Plast. And since 1998, when we joined RadiciGroup, quality has been a crucial central element for us, as for all the other Group business areas. The sectors in which Radici Plastics GmbH operates, such as the automotive and electrical/electronics sectors, demand product quality, productivity and competitiveness at the highest possible levels and require continual improvement in production processes. In these markets, the focus is on efficiency, and we have to be abreast of the specific requests of our customers.

To achieve this, through the years, we have invested in the quality of our production processes, products, and services, always using innovative systems and the newest technologies.

As Laboratory & Quality Manager, I collaborate with my Italian colleagues at Radici Novacips, our parent company, and at several Group companies such as Radici Fil in Casnigo, Italy, and Radici Chimica Deutschland in Zeitz, Germany.

More recently, I've been working as the manager of a project targeted at developing and continually improving an environmental management system for our business activities, in order to keep our environmental impact under control. I'm also collaborating on integrating Radici Plastics GmbH into the RadiciGroup Plastics European organizational matrix. This integration process had been taking place gradually over the years, but lately has been stepped up due to more efficient coordination of the Plastics Business Area at the European level.

What are Radici Plastics GmbH's strengths?

I would say, first of all, thanks to being part of RadiciGroup, raw material supply integration and remarkable skill and know-how in the nylon business. Secondly, organizational flexibility. Last, but not least, our close-knit sales network in Germany and a global presence that enables us to reach and supply our customers in any part of the world.

What does RadiciGroup represent to you?

A global player in the polyamide business, a Group with high growth potential in the market. Being part of RadiciGroup, that is, being able to count on its vertical integration and expertise in the nylon sector, is one of the key assets of our company. It makes us competitive.

La nostra passione per la plastica...**Ci dà una sua interpretazione di questa frase?**

Ritengo che la passione sia ciò che serve per fare al meglio il proprio lavoro. È ciò che ti spinge a trovare ogni volta un modo per sviluppare prodotti di valore, prodotti che possano sempre soddisfare le richieste del cliente.

Our passion for plastics ...**Can you give us your take on this motto?**

I believe that passion is what you have to have to do your best work. It is what drives you to keep looking for the way to develop the quality products needed to meet your customers' specifications.

SILVIO DORATI for RADICI PLASTICS SHUZHOU Co. Ltd...**Parliamo della vostra presenza produttiva in Cina. Quali motivazioni vi hanno guidato nella scelta di stabilire, nel 2006, un'unità produttiva in questo paese?**

La decisione di portare in Cina la nostra produzione, dando vita a Radici Plastics Suzhou, altro non è stata che la logica conseguenza di quella strategia di glocalizzazione perseguita dal nostro Gruppo sin dalla fine degli anni novanta. Il servizio al cliente è stato certamente la motivazione principale che ci ha spinti sin lì, unitamente al trend economico positivo e alle prospettive di crescita future che in Cina erano e continuano ad essere assolutamente interessanti. Molti dei nostri clienti globali sono presenti in questo paese con attività produttive e il nostro esser lì, vicino a loro, significa potergli garantire qualità, tecnologie di alto livello, un servizio pre e post-vendita efficiente. E ancora, un ottimo servizio logistico. Significa inoltre poter instaurare con loro rapporti di partnership al fine di sviluppare prodotti e applicazioni innovative. Anche lo studio e la progettazione dell'impianto, avvenuti entrambe in Italia, si sono basati su criteri quali l'efficienza, la flessibilità, la qualità.

Perché proprio a Suzhou, nella provincia dello Jiangsu?

Tanto per cominciare, si tratta di un'area tra le più sviluppate di tutta la Cina dal punto di vista non solo industriale, ma anche tecnologico e culturale. Vi si possono trovare personale qualificato e con un ottimo livello di scolarizzazione, oltre che servizi industriali di ogni genere. Si tratta inoltre di una zona caratterizzata da una forte presenza di operatori del settore automotive, secondo mercato tra i più significativi per noi dopo quello elettrico elettronico.

Quale approccio organizzativo avete adottato?

Dal momento in cui è avvenuto lo start-up di Radici Plastics Suzhou, e cioè dall'aprile 2007, ci siamo concentrati su un obiettivo ben preciso: dotare l'azienda di una struttura affidabile, efficiente, focalizzata sul cliente. Una struttura in cui il miglioramento continuo e l'attenzione alla qualità dei servizi diventassero parte della cultura aziendale. Un obiettivo che oggi possiamo affermare di aver pienamente raggiunto, fermo restando che ciò non rappresenta un punto d'arrivo, bensì un punto di partenza. Abbiamo un team costituito da personale in parte italiano, per quanto concerne direzione generale e site manager, in parte cinese per le aree amministrativo-finanziaria, produttiva, commerciale, ricerca e svi-

Let's talk about RadiciGroup's production efforts in China. What motivated the Group to set up a production unit there in 2006?

Our decision to expand production by entering China and creating Radici Plastics Suzhou was the logical consequence of the glocalization strategy the Group had been pursuing since the end of the 1990s. Serving our customer base was definitely the main reason behind that decision, in addition to the positive economic trend and growth prospects for China that were – and still are – very promising.

Many of our global customers have production businesses in China, and our presence in this country ensures our ability to provide quality, high-level technologies and efficient pre- and post-sale service. Not to mention excellent logistics. It also facilitates the building of partnerships to develop innovative products and applications. The preliminary studies and design of the plant were done in Italy and focused on efficiency, flexibility and quality.

Why Suzhou in Jiangsu province?

For starters, it is one of the most developed areas in all of China, not only in industrial terms but also from a technological and cultural point of view. You can find qualified, highly educated personnel, as well as all kinds of industrial services. Furthermore,

there are numerous firms in the automotive sector, which after electronics is our most important market.

What is your organizational approach?

From the start-up of Radici Plastics Suzhou in April 2007, we have focused on a well-defined goal: to build a reliable and efficient customer-oriented organizational structure. A structure with a corporate culture encompassing continual improvement and attention to service quality. Today we can say that we have successfully achieved that goal, notwithstanding the fact that we take our accomplishment as a starting point rather than an end point.

We have a team made up of both Italian personnel – the general manager and site manager – and Chinese personnel – administration and financial services, production, sales, research and development and quality. A management team of professionals with a more and more international perspective.

**SILVIO DORATI**

RadiciGroup Plastics Supply Chain Manager
With RadiciGroup since 1999

luppo e qualità. Un management la cui professionalità è caratterizzata sempre di più da un respiro internazionale.

Il principale punto di forza di Radici Plastics Suzhou?

Indubbiamente l'integrazione nella Supply Chain. In quanto parte di RadiciGroup, disponiamo direttamente delle materie prime alla base del nostro ciclo produttivo e questo significa poter mettere in atto politiche vincenti di ottimizzazione delle scorte, controllo della qualità e dei costi. In secondo luogo, un network di sviluppo e messa a punto prodotti innovativi strettamente correlato al nostro centro ricerca e sviluppo italiano. Questo permette di trovare la soluzione più efficiente per il cliente in tempi rapidi e con il massimo risultato in termini di performance.

2006-2011: com'è cambiata quest'azienda? Piani per il futuro?

È cambiata seguendo il mercato. Tra il 2008 e il 2010 Radici Plastics Suzhou ha registrato una crescita media annua del 50%. C'è stato un ampliamento della gamma prodotti, che ha riguardato non soltanto l'offerta di tecnopolimeri e copolimeri di nylon 6 e 66, ma anche quella di PBT, elastomeri termoplastici e copolimeri acetalici. Lo scorso anno abbiamo inoltre investito per realizzare un centro di sviluppo e assistenza tecnica a supporto dei nostri clienti presenti in Asia e abbiamo aumentato di 4.000 ton/anno la nostra capacità produttiva. Capacità che per il 2012 verrà ulteriormente incrementata grazie all'installazione di due nuove linee produttive. Direi che è proprio questa la novità più importante per il futuro. Trasferiremo Radici Plastics Suzhou dalla sua attuale sede, sita su un'area di 13.000 metri quadri di cui 3.500 al coperto, ad una nuova sede collocata su 26.000 metri quadri, di cui 9.000 coperti, aumentando la nostra capacità produttiva di 8.000 ton/anno rispetto a quella attuale. Per quanto riguarda la parte di progettazione, realizzazione e manutenzione dell'impianto, a differenza di quanto successo nel 2006, possiamo ora contare su fornitori di equipment internazionali presenti in Cina e questo ci dà un notevole vantaggio. Possiamo infatti disporre della massima tecnologia e di tutta l'assistenza tecnica necessaria direttamente in loco.

La nostra passione per la plastica...

Ci dà una sua interpretazione di questa frase?

Mi viene in mente quanto mi disse anni fa un mio professore d'Università: «Cerca qualcosa che ti piaccia davvero. Trasforma una tua passione in obiettivo. Agisci, sperimenta. Fai di un lavoro il TUO lavoro».

What is the main strength of Radici Plastics Suzhou?

Undoubtedly, our supply chain integration. Being part of RadiciGroup, we have direct access to the raw materials needed for our production cycle, which allows us to implement stock optimization, quality control and cost control strategies. Secondly, we have built up a network for the development and design of innovative products, working in strict collaboration with our research and development centre in Italy. All this allows us to find the best and most efficient performance solutions for our customers in the shortest amount of time.

2006 to 2011: How has your company changed? What are your plans for the future?

It has changed to adapt to the market. From 2008 to 2010 Radici Plastics Suzhou recorded average annual growth of 50%. We widened our product offering to include not only nylon 6 and nylon 66 engineering polymers and copolymers, but also a range of PBTs, thermoplastic elastomers and acetal copolymers. Last year, we also invested in building a development and technical assistance centre to support our customers in Asia, while increasing our production capacity to 4,000 tons/year. Our production capacity will increase even further in 2012 when two new production lines are installed. I would say that this is really the most important new development in the future. We are going to move Radici Plastics Suzhou from its current site, which extends over an area of 13,000 square metres, 3,500 of which are covered, to a new site of 26,000 square metres with 9,000 covered. This will allow us to increase our production capacity by 8,000 tons/year compared to our current capacity. Unlike in 2006, we can now count on international equipment suppliers operating in China for the engineering design, construction and maintenance aspects of the new plant. This will be big plus. The latest and most advanced technology, together with the technical assistance needed, will be available to us locally.

Our passion for plastics...

Can you give us your take on this motto?

I recall what a professor at the university told me years ago: "Find something that you really like. Take your passion and make it your goal. Act, experiment. Make any job you have YOUR job".





OPEN FACTORIES AT RADICI NOVACIPS



FABBRICHE APERTE 2011: UN AGIRE NEL SEGNO DELLA TRASPARENZA

Confronto e dialogo con il territorio. Trasparenza d'azione. Attenzione e rispetto dei luoghi nei quali ci si trova ad operare con le proprie aziende. Sono state all'insegna di tutto questo le giornate **Fabbriche Aperte** di RadiciGroup, due appuntamenti che hanno visto il Gruppo aprire al pubblico le porte di alcuni dei suoi stabilimenti italiani, mostrando quell'attenzione che da sempre riserva alla sicurezza, alla protezione e alla tutela ambientale. In tutta Italia sono state circa un centinaio le imprese che a maggio, come RadiciGroup, hanno aperto le porte alla popolazione locale per mostrare i propri impianti, spiegare le produzioni che vi si realizzano, far capire il ruolo irrinunciabile della chimica nella vita di tutti i giorni. Fabbriche Aperte è stata un'iniziativa di grande valore, un appuntamento con il quale l'industria chimica ha voluto comunicare al pubblico non solo il proprio modo di produrre, ma soprattutto il ruolo essenziale nella filiera produttiva, nel made in Italy e, in generale, in tutta la produzione manifatturiera. Conoscere la chimica è il punto di partenza per superarne i pregiudizi e comprenderne il significato. Ad inaugurare la due giorni Fabbriche Aperte di RadiciGroup è stato l'impianto novarese di **Radici Chimica SpA**. Qui, in quello che è da considerarsi a tutti gli effetti il cuore di RadiciGroup, sabato 14 maggio sono stati ospitati oltre 450 visitatori tra gruppi di privati cittadini, studenti, rappresentanti di istituzioni e associazioni. Il 28 maggio invece, protagoniste di Fabbriche Aperte sono state **Radici Yarn SpA**, azienda del Gruppo attiva nella produzione di filati e fiocco di poliammide e di polimero di poliammide 6 e **Radici Novacips SpA**. I due stabilimenti hanno accolto complessivamente nei loro spazi più di 400 persone.

OPEN FACTORIES 2011: TRANSPARENCY IS OUR MOTTO

Interaction and dialogue with local communities. Transparency of actions. Care and respect for people and the environment in which our companies operate. This was the spirit that animated RadiciGroup's **Open Factories** events: two days during which the Group opened the doors to a number of its Italian plants to show the public how it managed worker safety and environmental protection.

During the month of May, more than one hundred companies all over Italy held Open Factory Days at their sites to show their plants to the visiting members of the local communities, describe their production processes and explain the irreplaceable role of chemicals in everyday life. Open Factories was an initiative of great value, an opportunity for the chemical industry to illustrate how its products were made and, above all, to stress the essential role of chemicals in the production chain, in "made in Italy" and in manufacturing in general. Learning about the chemical industry can serve as a starting point to overcome prejudices and to understand its importance.

The first of the two RadiciGroup Open Factory Days was held on Saturday, May 14, at **Radici Chimica SpA** in Novara. This site, which may be considered the heart of RadiciGroup, hosted over 450 visitors—groups of private citizens, students and representatives of institutions and associations. On May 28, an Open Factory Day was held at the Group's Villa d'Ogna, Bergamo, plants: **Radici Novacips SpA** and **Radici Yarn SpA**, engaged in the production of yarn, polyamide 6 staple products and polyamide 6 polymer.

Overall, more than 400 people visited the two plants.

"La nostra adesione a Fabbriche Aperte, nell'anno internazionale della chimica, ha voluto essere un modo per confrontarci in maniera trasparente con il territorio sul quale operiamo attraverso le nostre aziende. Un modo per dare testimonianza di come la chimica, rispetto al passato, sia oggi più responsabile, più attenta all'ambiente, più determinata a comunicare il proprio agire. Dopo l'apertura del nostro polo di Novara, non nuovo all'appuntamento con Fabbriche Aperte, quest'anno abbiamo voluto aderire a quest'iniziativa promossa da Federchimica anche con Radici Novacips. Una realtà, e lo dico con orgoglio, che festeggia quest'anno trent'anni di attività. È un traguardo davvero importante questo, un successo raggiunto grazie all'impegno e alla determinazione di tutti i nostri dipendenti e collaboratori. Persone senza le quali non saremmo potuti arrivare sin qui e che per questo voglio ringraziare. Grazie, a tutti."

Luigi Gerolla

RadiciGroup Chemicals and Plastics Managing Director

"We saw our participation in the Open Factories event during the International Year of Chemistry as a way to interact in a transparent manner with the communities where our companies operate. A way to show how today's chemical industry is much more concerned and responsible about the environment than ever before and more willing to make its decisions public knowledge. After opening the doors of our Novara production site – not new to Open Factories events –, we decided that this year our Radici Novacips plant would participate in the Federchimica initiative as well. I note with great pride that this year Radici Novacips is celebrating its thirtieth anniversary, an important achievement. And we have succeeded thanks to the commitment and determination of all our employees and collaborators. These are the people without whom we would not have been able to reach this goal and whom I would like to thank. My sincere thanks to each and everyone."

AMBIENTE, SALUTE E SICUREZZA, QUALITÀ: LA SFIDA DI RADICIGROUP

Fare business in modo responsabile, combinando valori economici, sociali, etici ed ambientali. Questo l'obiettivo di RadiciGroup, da tempo impegnato concretamente sul fronte di quella che è da considerarsi una vera e propria sfida: la sostenibilità.

L'impatto ambientale, climatico, sociale ed economico delle attività di un'industria lungo tutto il ciclo di vita di un prodotto è enorme.

Una gestione sostenibile del business può fare davvero la differenza per il futuro del nostro Pianeta.

Per questo RadiciGroup, da monte a valle della propria filiera, vale a dire dalla chimica alle materie plastiche sino alle fibre sintetiche, si impegna a ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività industriali, ad agire nel rispetto dei territori e della popolazione, della salute e della sicurezza dei propri lavoratori. Come? Attraverso una serie di azioni concrete.

Per esempio, lo sviluppo di prodotti derivanti da fonti rinnovabili o realizzati - ponendo massima attenzione alla riduzione dei consumi energetici e delle emissioni - valorizzando materiali di scarto provenienti dalle lavorazioni di filiera del Gruppo. E ancora, l'utilizzo, per una parte significativa delle proprie attività produttive, di energia pulita (idroelettrica). La messa in atto di progetti mirati a salvaguardare preziose risorse naturali come l'acqua e l'aria. L'adozione di metodi, come per esempio il Life Cycle Assessment (LCA), che possano permettere di misurare e parametrizzare le performance, in termini di impatto ambientale, dei propri prodotti. RadiciGroup è inoltre impegnato sul fronte di una rendicontazione della propria responsabilità d'impresa conforme alle linee guida della GRI (Global Reporting Initiative), il più accreditato standard internazionale di sostenibilità economica, ambientale e sociale adottato dalle più importanti imprese su scala globale. Tutto questo unitamente al rispetto di standard e norme internazionali come le ISO e l'OHSAS a presidio della qualità del prodotto e del processo, dell'ambiente, della salute e della sicurezza dei lavoratori.

ENVIRONMENT, HEALTH AND SAFETY, QUALITY: THE RADICIGROUP CHALLENGE

To do business responsibly, combining economic values with social, ethical and environmental ones. This is the aim of RadiciGroup, an organization that has been waging a battle on the sustainability front for some time now and has actively taken on sustainability as a challenge. The industrial activities along the entire life cycle of a product make a huge impact on the environment, the climate, the economy and society as a whole. A sustainable approach to business management can make a real difference in the future of our planet. For this very reason, RadiciGroup has taken on the commitment to reduce the environmental footprint of our industrial activities across the board from start to finish along the production chain, i.e., from chemicals to plastics to synthetic fibres, as well as to protect the environment and the surrounding communities, and safeguard the health and safety of our employees. How will we achieve our goal? Through a series of concrete measures. For instance, by developing products using materials from renewable sources or re-using waste materials recycled from Group production processes. By focusing on reduced energy consumption and reduced emissions. By using clean (hydroelectric) energy for a significant part of our production activities. By developing and deploying systems specifically designed to safeguard precious natural resources, such as air and water. By adopting methods, such as Life Cycle Assessment (LCA), that allow for measuring and analysing the environmental impact of products.

Moreover, RadiciGroup is committed to corporate responsibility reporting according to Global Reporting Initiative (GRI) guidelines, the recognized international standards for reporting on economic, environmental and social performance adopted by the most important companies worldwide. The Group's strategy encompasses all of the above, in addition to abiding by international standards and regulations, such as ISO and OHSAS, designed to protect the quality of the product and the production process, safeguard the environment, and protect the health and safety of workers.

LA SFIDA DELL'AREA MATERIE PLASTICHE DI RADICIGROUP... ALCUNI ESEMPI CONCRETI

I prodotti sostenibili...

La gamma **Heramid**®, tecnopolimeri "eco-compatibili" a base di PA6 e PA66 utilizzati nei settori elettrico/elettronico, industriale e automobilistico. I **Radilon**®, quelli a base di PA6, PA66 e PA610, realizzati con utilizzo di energia pulita e, nel caso della PA610, utilizzando materie prime provenienti per il 60% circa da fonti rinnovabili.

La salvaguardia delle risorse naturali...

La riduzione, durante il 2010, di circa l'80% del carico inquinante del refluo idrico presso i due stabilimenti italiani di Radici Novacips SpA, unitamente alla prospettiva di riduzione del 90% del consumo di acqua. Il processo produttivo impatta sulla risorsa idrica (utilizzata da Radici Novacips all'interno dei propri impianti come fondamentale utility per la termoregolazione degli estrusori e per l'estrazione chimico fisica di elementi termo degradati della poliammide) in termini di consumo e in termini di aumento della temperatura e del carico inquinante. Attualmente i due siti produttivi sono dotati di impianti per la gestione delle acque di processo che hanno consentito di ridurre sostanzialmente, di circa l'80%, il carico inquinante del refluo idrico, già da tempo al di sotto dei valori limite previsti dalla legge; oggi tale carico è inferiore del 90, 95% rispetto ai valori limite. Da sottolineare inoltre che i polimeri di nylon prodotti presso questi stessi siti italiani, sono realizzati utilizzando energia pulita, idroelettrica per la precisione.

Il rispetto di standard e norme internazionali...

Le aziende appartenenti all'area materie plastiche di RadiciGroup sono certificate ISO 9001:2008, ISO-TS 16949:2009 e ISO 14001:2004. Durante il 2010 inoltre, il sito produttivo italiano Radici Novacips di Villa d'Ogna ha conseguito la certificazione volontaria OHSAS 18001 per il proprio sistema di gestione della prevenzione degli incidenti sul lavoro e di tutela della sicurezza in tutte le proprie attività di produzione.

THE SUSTAINABILITY CHALLENGE AT RADICIGROUP PLASTICS... A FEW CONCRETE EXAMPLES

Sustainable products...

Heramid® range of PA6 and PA66 "eco-friendly" engineering plastics used in the electrical/electronics, industrial and automotive sectors. PA6, PA66, and PA610 **Radilon**® products made using clean energy and, in the case of PA610, 60% raw materials from renewable resources.

Safeguarding natural resources...

A reduction of approximately 80% in the pollutant content of discharged waters at the two Italian Radici Novacips SpA plants during 2010 and a planned 90% reduction in water consumption.

At these plants, water is used for extruder temperature regulation and for the chemical-physical extraction of thermally degraded polyamide components. Thus the impact of the production process on water resources is three-fold: consumption, increased temperature and pollutant content.

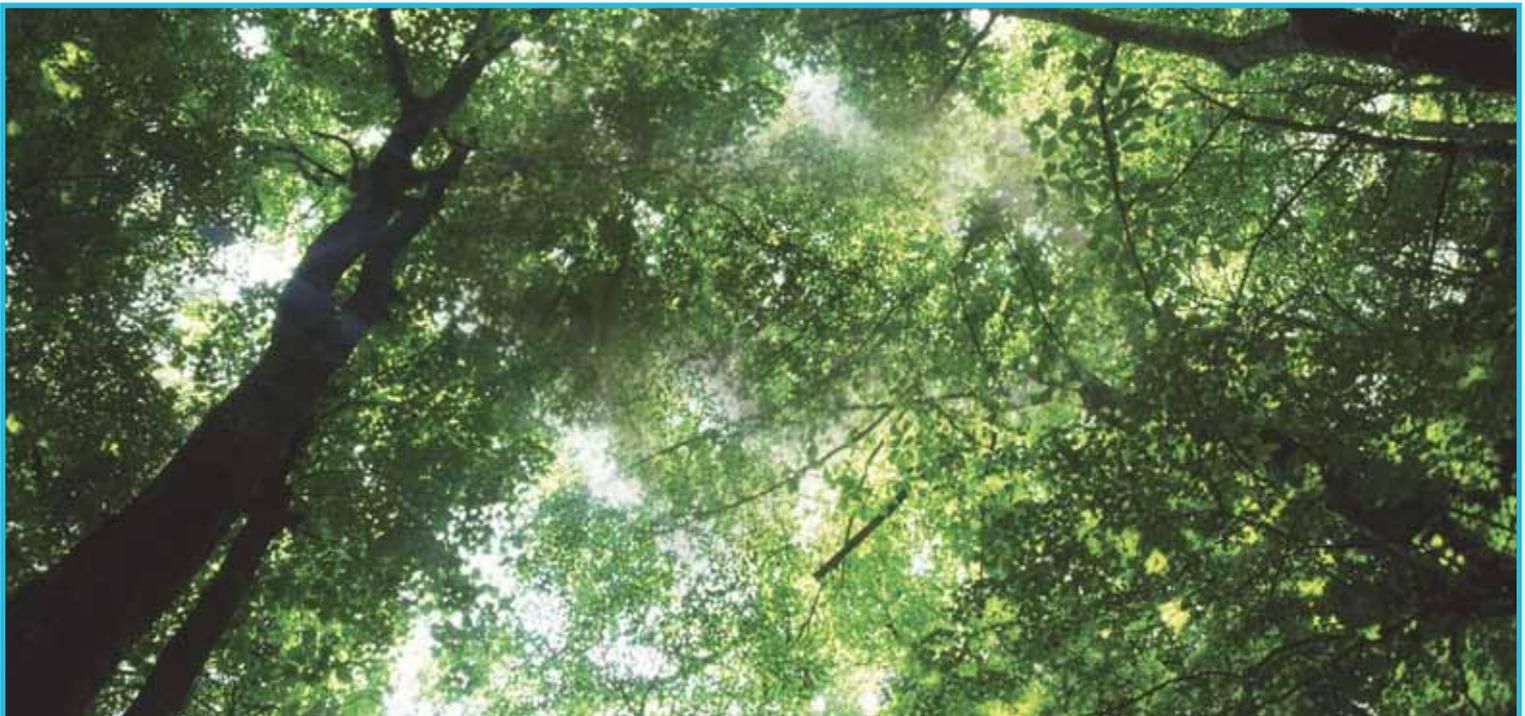
Currently, the two production sites are equipped with process water management systems that have allowed reducing the pollutant content in process water discharge by about 80%.

This value has long been below the limit values set out by law; today, the pollutant content is 90% to 95% below the limit value.

We also want to emphasize that these two Italian plants manufacture nylon polymers using clean hydroelectric energy.

Complying with international standards and regulations...

Concerning quality, the companies belonging to the RadiciGroup Plastics Area are ISO 9001:2008, ISO-TS 16949:2009 and ISO 14001:2004 certified. Furthermore, during 2010, the Villa d'Ogna Radici Novacips production facility was awarded voluntary OHSAS 18001 certification for its occupational health and safety management systems in all production areas.



NASCE TUTTO DA UN TECNOPOLIMERO...

Sono entrati a far parte delle nostre vite senza che ce ne accorgessimo. È sufficiente guardare attorno a noi per scoprire gli innumerevoli impieghi quotidiani di questi prodotti, di queste materie plastiche scoperte dalla chimica e rese poi uno strumento utile per l'uomo.

Ma dove trovano impiego i tecnopolimeri di poliammide e poliestere prodotti, dal 1981, da RadiciGroup?

NEL SETTORE AUTOMOBILISTICO...

Le principali applicazioni

Collettori di aspirazione - Vaschette radiatore - Pedali acceleratore e frizione - Maniglie esterne portiera - Copripunteria - Coprimotore - Copri ruota - Condotti aria - Condotti acqua - Supporti leva cambio.

NEL SETTORE ELETTRICO/ELETTRONICO...

Le principali applicazioni

Connettori - Scatole per disgiuntore - Timers - Prese - Spine - Contattori - Fascette stringicavo - Corpi elettrovalvola - Pulsanti - Relay.

NEI SETTORI INDUSTRIALE E DEI BENI DI CONSUMO...

Le principali applicazioni

Catene energia - Ruote - Basi sedie - Casse trapani, moto seghe - Corpi pompa - Profili isolamento termico - Componenti fissaggio sci - Casse cuscinetti - Particolari accendino - Componenti sistemi isolanti ferrovie.

IT ALL STARTS WITH ENGINEERING PLASTICS...

Plastics have become part of our life without our noticing. A quick look around will reveal the innumerable everyday applications of these materials discovered by the chemical sciences and transformed into useful tools for mankind.

RadiciGroup has produced polyamide and polyester engineering plastics since 1981. Where are they used and for what applications?



AUTOMOTIVE SECTOR...

Main applications

Air intake manifolds - Radiator tanks - Accelerator and clutch pedals - External door handles - Valve covers - Engine beauty covers - Wheel trims and covers - Air ducts - Cooling ducts - Gear lever supports.

ELECTRICAL/ELECTRONICS SECTOR...

Main applications

Connectors - Circuit breaker housings - Timers - Sockets - Plugs - Contactors - Cable ties - Electrovalve bodies - Pushbuttons - Relays.

INDUSTRIAL AND CONSUMER GOODS SECTORS...

Main applications

Energy chains - Wheels - Chair bases - Power tool housings - Pump housings - Thermal breakers - Ski bindings - Bearing cages - Lighter parts - Railway insulation components.

I NOSTRI PUNTI DI FORZA...

- INTEGRAZIONE NELLA FILIERA DEL NYLON
- PRESENZA GLOBALE SUL MERCATO
- FLESSIBILITÀ
- KNOW-HOW
- MASSIMA EFFICIENZA PRODUTTIVA

OUR STRENGTHS...

- VERTICALLY INTEGRATED NYLON PRODUCTION
- GLOBAL MARKET PRESENCE
- FLEXIBILITY
- KNOW-HOW
- EXCELLENT PRODUCTION EFFICIENCY

OUR PRODUCT RANGE

PA6, PA66, PA610 and PA612 engineering polymers and copolymers



PA6 and PA66 green products



POM



TPEs



A SPECIAL THANK YOU...

"Quattrocento dipendenti tra Italia, Germania, Francia, Inghilterra, Spagna, Stati Uniti, Brasile, Cina, India. A tutti loro, a tutte le persone che hanno lavorato e che lavorano per l'area materie plastiche di RadiciGroup, voglio esprimere un mio personale ringraziamento. Per il loro impegno, per la loro determinazione. Per il lavoro che hanno svolto e che ha determinato il successo di Radici Plastics nel corso di questi suoi trent'anni di attività.

Un particolare grazie a Luigi Gerolla, a capo di questo nostro business dal 1987, per aver saputo guidare Radici Novacips nel suo importante percorso di internazionalizzazione. Un percorso che ha portato, dagli anni novanta ad oggi, alla creazione di una realtà industriale globale, presente con unità produttive e commerciali in Europa, America, Asia.

Un pensiero, infine, a mio fratello Fausto. Credo sarebbe orgoglioso dei risultati raggiunti da quest'azienda, da questa realtà nata da un suo progetto, da una sua idea. Sarebbe fiero di vederla essere oggi uno dei leader mondiali nella produzione di tecnopolimeri plastici. Grazie a tutti, davvero."

"To our four hundred employees in Italy, Germany, France, England, Spain, the United States, Brazil, China and India. To all of them. To everyone who has ever worked for the RadiciGroup Plastics Area, I would like to extend my personal gratitude. For their commitment. For their determination. For the work they have done to make Radici Plastics a success during these thirty years in business.

A special thanks to Luigi Gerolla, head of our plastics business since 1987, for skillfully guiding Radici Novacips on its road to internationalization. A road that has led – from the 1990s to the present – to the creation of a global industrial enterprise with production and sales units in Europe, the Americas and Asia.



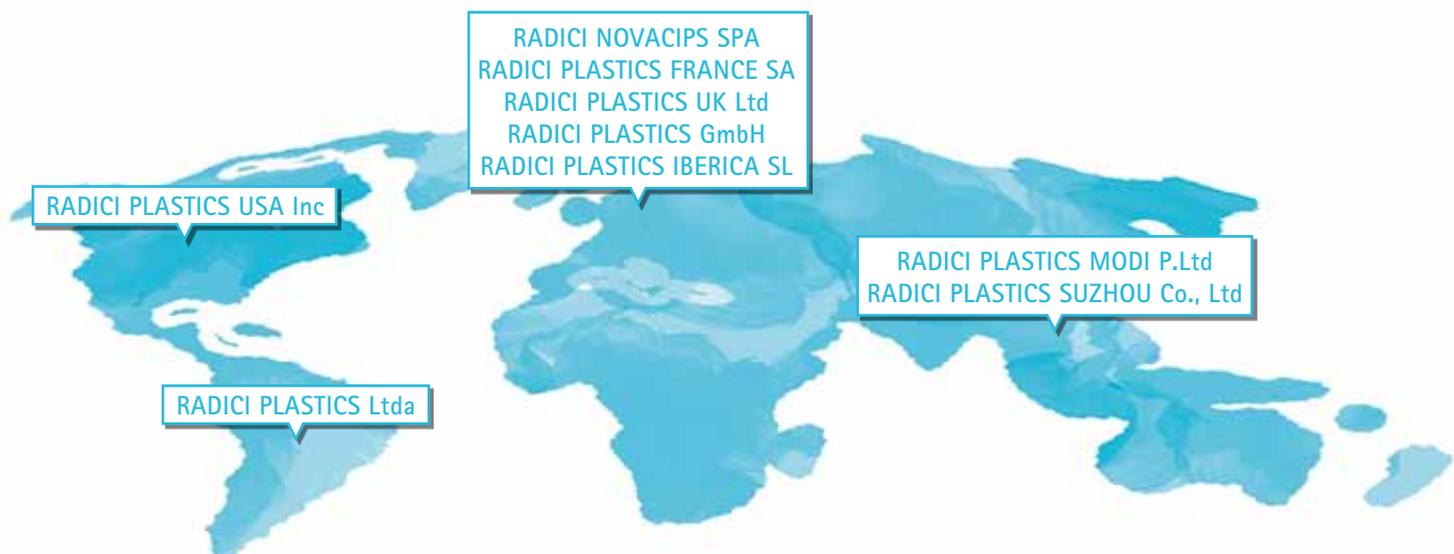
From left: Luigi Gerolla and Maurizio Radici

Lastly, a thought about my brother Fausto. I'm sure he would have been proud of the results achieved by this company, a business that originated from one of his projects. It was one of his ideas. He would be proud to see it today: one of the world leaders in engineering plastics production. My sincere thanks to everyone."

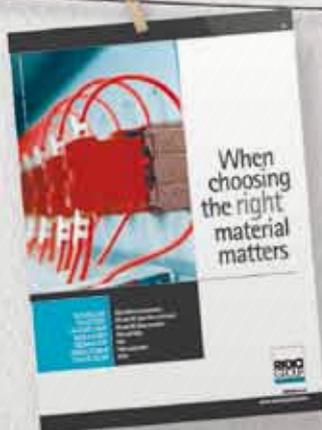
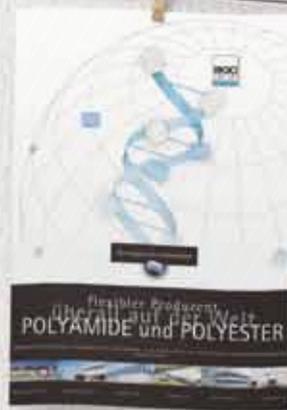
Maurizio Radici

RadiciGroup Board Vice Chairman and COO

MANY THANKS TO EVERYONE AT...



1981...



...2011

RADICI PARTECIPAZIONI SPA

Operating headquarters:

Via Ca' Antonelli, 55 - 24024 Gandino (BG) - IT
Phone +39 035 715411 - Fax +39 715 616

Administrative headquarters:

Via Ugo Foscolo, 152 - 24024 Gandino (BG) - IT

www.radicigroup.com

e-mail: news@radicigroup.com

VOICES - Managing Editor: Filippo Servalli

Editor: Cristina Bergamini

Art Direction: MultiMedia.it - Bergamo (BG)

Translation: Augustina D. Kymmel - Valento G. Pedrocchi

Printing: Tecnostampa - Seriate (BG)

Editorial property of Radici Partecipazioni S.p.A.

Registered at the Court of Bergamo No.16 of 16/4/1996

FREE COPY