

PRESS RELEASE

Bergamo, 04 febbraio 2011

Per diffusione immediata

Risultati RadiciGroup 2010: fatturato a 1.162 milioni di euro

Per RadiciGroup, realtà industriale attiva nei business della chimica, delle materie plastiche e delle fibre sintetiche, il 2010 si chiude con un **preconsuntivo** di:

- **1.162 milioni di euro di fatturato consolidato** (+ 50% rispetto all'esercizio 2009)
- **140 milioni di euro di margine operativo lordo** (+ 185% rispetto all'esercizio 2009)

Fatturato in crescita, rispetto allo scorso esercizio, per tutte le aree di business RadiciGroup:

- chimica: **(+ 61%)**
- materie plastiche: **(+ 78%)**
- fibre sintetiche: **(+ 38%)**

RadiciGroup, realtà industriale italiana diversificata nei settori della chimica, delle materie plastiche e delle fibre sintetiche, presente con siti produttivi e sedi commerciali in Europa, in Nord e Sud America e in Asia, ha raggiunto nel 2010 un fatturato consolidato di 1.162 milioni di euro, in crescita del 50% rispetto all'esercizio 2009 (+26% rispetto ai risultati 2008; + 7% rispetto a quelli 2007).

FATTURATO CONSOLIDATO RADICIGROUP (*Radici Partecipazioni SpA**)

(in milioni di euro)

2007	2008	2009	preconsuntivo 2010
1.087	958	775	1.162

* *Radici Partecipazioni SpA*, holding che raggruppa le attività industriali - nei settori della chimica, delle materie plastiche e delle fibre sintetiche - di RadiciGroup.

Il MOL RadiciGroup per il 2010 si attesta a 140 milioni di euro (12% del fatturato) contro i 49 dell'esercizio precedente, registrando così un + 185%. In crescita i fatturati di tutte le singole aree di business del Gruppo:

- **chimica = 467 milioni di euro**
polimeri di PA6 e PA66, Acido Adipico, HMDA, AGS, Acido Nitrico, KAOil, Esteri, preforme di PET
MARCHI PRINCIPALI: Radipol® - Radichem® - Starlight®
- **materie plastiche = 235 milioni di euro**
tecnopolimeri e copolimeri di PA6, PA66, PA610, PA612, PET, PBT, PC/AB, ABS, PC, PP, PE, TPEs e POM
MARCHI PRINCIPALI: Radilon® - Radiflam® - Heramid® - Radilon® D - Raditer® - Radiblend® - Radilux® - Radilene® - Heraflex® - Heraform®
- **fibre sintetiche = 570 milioni di euro**
filati di PA6, PA66, prodotti in fiocco di PA6, filati e fibre di PET, filati BCF e ad alta tenacità, filo e top di acrilico, filati in poliolefine e poliammide per erba sintetica e filati in elastan. RadiciGroup produce inoltre non tessuti spun bond
MARCHI PRINCIPALI: Radilon® - RadiciNylon® - Radyarn® - Starlight® - Micrell® - Micralon® - Nanofeel® - Radifloor® - Raditeck® - Crylor® - Radigreen® - Radelast® - Dylar®

FATTURATO* PER AREA DI BUSINESS

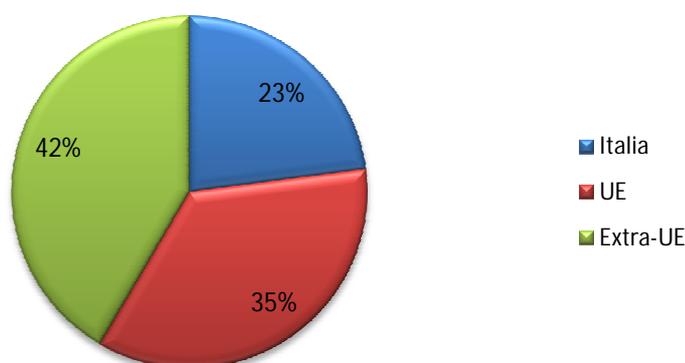
* Il dato delle singole aree di attività è esposto al lordo delle vendite che ogni area effettua con le altre aree

(in milioni di euro)

AREE DI ATTIVITÀ	2009	preconsuntivo 2010
CHIMICA	290	467
MATERIE PLASTICHE	132	235*
FIBRE SINTETICHE	412	570

* Rispetto al 2009, si segnala la variazione del perimetro di consolidamento dell'area materie plastiche di RadiciGroup, conseguente all'acquisizione del Compounder americano Michael Day.

FATTURATO 2010 RADICIGROUP PER AREA DI VENDITA



MEZZI TERZI / MEZZI PROPRI

MEZZI DI TERZI	336 milioni di euro
MEZZI PROPRI	339 milioni di euro
MT/MP	1

ORGANICO RADICIGROUP	3.500 dipendenti
-----------------------------	------------------

In un quadro macroeconomico internazionale che se pur in miglioramento, ha continuato ad evidenziare nel corso del 2010 profili di fragilità dovuti alla grave crisi finanziaria e industriale che ha colpito i mercati mondiali, i risultati raggiunti da RadiciGroup nei suoi core business sono stati estremamente positivi.

“Le performance del Gruppo nel corso del 2010 sono state davvero ottime” – ha affermato Angelo Radici, *Presidente di RadiciGroup* –. “Siamo cresciuti di oltre il 60% nel settore della chimica, e di quasi l'80% in quello delle materie plastiche. Anche il business delle fibre ha registrato un segno positivo, più 38%. Nonostante la sfavorevole dinamica delle materie prime il cui prezzo ha continuato a salire durante il 2010, i margini sono migliorati. A livello mondiale c'è stata una ripresa della domanda e nei nostri business di riferimento abbiamo mantenuto e migliorato le nostre quote di mercato; in Europa, per noi il mercato più significativo in termini di vendite, siamo cresciuti potendo beneficiare da un lato, del maggiore bilanciamento tra la domanda e l'offerta conseguenza di una serie di ristrutturazioni nei settori chimico e fibre, dall'altro, dell'aumento della domanda.

Siamo cresciuti anche in Asia e in America. Un mercato quest'ultimo, in particolare il Nord America, nel quale abbiamo rafforzato la nostra posizione grazie all'acquisizione, datata gennaio 2010, del Compounder americano Michael Day.”

“Nel corso di questi anni abbiamo mantenuto costante l'impegno a focalizzarci sui business per noi strategici” – continua Angelo Radici -. “Nell'affrontare momenti difficili come quelli che hanno caratterizzato il biennio 2008-2009, si sono resi necessari sforzi e scelte spesso non facili. Dalla dismissione di alcune attività, quelle ritenute meno strategiche e non integrate rispetto al nostro core business, alla riorganizzazione di alcuni siti produttivi sino al ricorso, in alcuni casi, a strumenti ordinari e straordinari previsti dalla legge in materia di cassa integrazione e mobilità.”

“Non abbiamo mai smesso di investire al fine di rafforzare la nostra posizione nei settori della chimica, delle materie plastiche e delle fibre sintetiche,” – conclude Angelo Radici – “così come non abbiamo mai smesso di stare vicini e supportare i nostri clienti, cercando di garantire loro massima affidabilità anche nei momenti più critici. Momenti difficili che abbiamo superato grazie anche e soprattutto al lavoro e all'impegno di tutte le persone che lavorano nelle aziende del nostro Gruppo e che voglio quindi ringraziare. Nel triennio 2008-2010 gli investimenti sono stati pari a 80 milioni di euro. Sul 2011 prevediamo di investire circa 36 milioni di euro puntando a rafforzare l'integrazione del nostro Gruppo e soprattutto a migliorare la tecnologia dei nostri impianti, così da renderli più efficienti e flessibili; questo per rispondere al meglio alle richieste di un mercato diventato sempre più esigente non tanto in termini di volumi, quanto in termini di differenziazione e specificità dei prodotti. Dobbiamo inoltre assicurare la competitività e la capacità innovativa di tutte le nostre aree di business in chiave sostenibile. Questo è e sarà sempre di più parte dell'approccio strategico che orienta le scelte del nostro Gruppo.”

“Siamo soddisfatti di questi risultati 2010” – ha affermato Alessandro Manzoni, CFO RadiciGroup. – “Il nostro Gruppo ha iniziato a recepire la crisi sin dai primi mesi del 2008, molto prima quindi rispetto ad altre realtà industriali, ma abbiamo saputo reagire da subito, focalizzando la nostra attenzione sulla gestione patrimoniale, il che ha permesso di utilizzare al meglio le risorse finanziarie e di affrontare serenamente tutti gli impegni con gli stakeholder. Le relazioni con il sistema bancario sono state come sempre improntate sulla massima trasparenza e tempestività nella comunicazione. In un periodo di crisi è stato fondamentale il rapporto di reciproca fiducia maturato negli anni. Non abbiamo avuto tensioni finanziarie tali da richiedere accordi straordinari agli istituti bancari, ma è chiaro che il loro appoggio e la loro stima sono stati assolutamente importanti per poter lavorare con tranquillità sulla gestione industriale del Gruppo. Gli sforzi di questi anni ci hanno ripagato e la situazione finanziaria del Gruppo oggi è di assoluta sicurezza.

“Il 2011 non sarà un anno facile” – conclude Manzoni – “Trasferire a valle i continui aumenti delle materie prime diventa sempre più difficile, come difficile è fare previsioni a medio termine sui nostri mercati di riferimento. Riteniamo comunque di poter conseguire anche nel 2011 risultati buoni, anche se inferiori in termini di redditività rispetto a quelli eccezionali del 2010.”

RadiciGroup è oggi una tra le realtà chimiche italiane più attive a livello internazionale le cui attività, strutturate a livello globale, si diversificano e si focalizzano nei settori della chimica, delle materie plastiche e delle fibre sintetiche. L'integrazione sinergica e verticale nella filiera della poliammide costituisce uno dei punti di forza del Gruppo. I prodotti di RadiciGroup, esportati in tutto il mondo, sono utilizzati nei settori dell'abbigliamento, dello sport, dell'arredamento, dell'automobile, nei settori elettrico ed elettronico, degli elettrodomestici e dei beni di consumo www.radicigroup.com.

RadiciGroup, con le sue aree di business - chimica, materie plastiche e fibre sintetiche - controllate dalla Holding Radici Partecipazioni SpA, è parte di una più ampia struttura industriale che include anche il business meccanotessile e quello dell'energia www.radici.com

PRESS OFFICE

Cristina Bergamini - *Corporate Marketing&Communication*
cristina.bergamini@radicigroup.com