



CORPORATE PRESS RELEASE

Bergamo, 12 de julho de 2017

O RadiciGroup oficializa os resultados de 2016: faturamento de 946 milhões e EBITDA de 110 milhões de euros

Primeiro semestre de 2017 positivo com volumes em aumento (+7%) e crescimento em volume de negócios de (+ 23%)

3000 funcionários ao redor do mundo e **946 milhões de euros de faturamento em 2016**: estes são os números oficiais que ajudam a compreender a dimensão do RadiciGroup, uma multinacional ativa nos negócios da **química**, do **plástico** e das **fibras sintéticas** e hoje presente em **16 Países**, entre a Europa, a Ásia e a América, com **33 sedes** entre escritórios comerciais e fábricas.

O Grupo fechou 2016 com um volume de negócios ligeiramente em diminuição (- 6%) mas com volumes alinhados aos de 2015, registrando para o ano que acaba de ser fechado um EBITDA de mais de 110 milhões de euros (+8%).

*«O Grupo se apresenta sólido e bem estruturado – declarou **Angelo Radici, presidente do RadiciGroup** - A ligeira diminuição do faturamento é atribuída à evolução do custo das matérias primas que diminuiu, condicionando assim os nossos números. Uma contribuição significativa ao resultado do Grupo vem da Área Plastics mas em geral conseguimos manter em todas as áreas de negócio do Grupo volumes alinhados aos do ano precedente. Continua o percurso de otimização dos recursos, de eficiência das plantas e de redução dos consumos energéticos para colocar o Grupo em condições de continuar a crescer: os dados dos primeiros meses de 2017 são além disso muito positivos, com faturamento em crescimento de mais de 23% e volumes a +7%».*

Desempenhos econômicos que caminham passo a passo com aqueles **ambientais**: antecipando alguns dados do Balanço de Sustentabilidade que estará disponível brevemente no website (há mais de 10 anos o RadiciGroup publica seus desempenhos econômicos, ambientais e sociais em um documento anual certificado), o Grupo ao longo dos últimos 5 anos reduziu em **21%** a quantidade de **energia global** necessária para trabalhar uma tonelada de produto (de 8,0 GJ/t em 2012 a 6,3 GJ/t em 2016). Quanto à **energia elétrica** usada pelo RadiciGroup, em 2016 **51,6%** provém de fontes renováveis: isto foi possível graças à escolha precisa da empresa de optar cada vez mais por fontes com impacto ambiental limitado, o que levou nos últimos cinco anos a um aumento do uso de energia elétrica a partir de fontes renováveis, passando de 41,3% em 2012 a 51,6% em 2016.

Enfim, graças à melhoria da mistura de tipos de energia e a uma estratégia empresarial que visa investir nas *Best Available Techniques (Melhores Técnicas Disponíveis)*, as **emissões do Grupo nos últimos 5 anos** passaram de 0,85 tCO₂eq/t (2012) a 0,49 (2016), com uma **redução global de 42%**. Melhoria contínua também da qualidade das emissões para a atmosfera, com uma **diminuição de poluentes de mais de 66%**, em grande parte devido à queima de última geração, o que contribuiu fortemente para melhorar o desempenho ambiental.

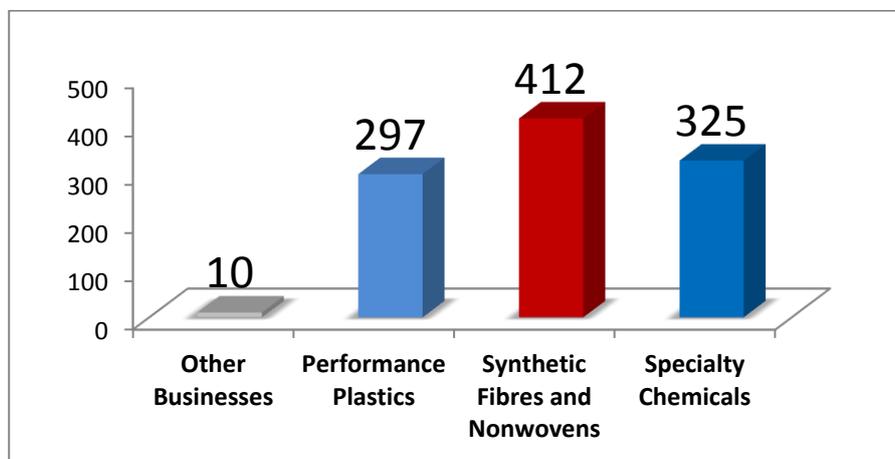
Em termos de solidez financeira e de capital do RadiciGroup, um comentário positivo vem também **do CFO do Grupo, Alessandro Manzoni**: «*A situação financeira do Grupo é de absoluta segurança; débito financeiro em 2016 em redução, apesar de uma aquisição relacionada ao negócio de plásticos. Patrimonialmente o Grupo é sólido e estamos prontos para enfrentar, quando ocorrerem, novos percursos de crescimento. Tudo isso – conclui Manzoni – apoiado por uma relação de confiança mútua com o sistema financeiro, desenvolvida ao longo dos anos graças a uma informação contínua e transparente*».

O RadiciGroup no decorrer de 2016 concluiu operações de consolidação de bens, adquirindo ações de participantes minoritários: Hoje os acionistas da Radici Partecipazioni – a holding do RadiciGroup – são os três irmãos **Paolo, Angelo e Maurizio Radici**, que possuem 100% das ações.

Quanto aos **investimentos**, em 2016 o Grupo registrou um valor de cerca de **53 milhões de euros**, a aquisição tudo-incluído da INVISTA (Polymer Engineering Solutions).

Entrando um pouco no detalhe das áreas de negócio individuais, estes são os valores de faturamentos (agregados) em milhões de euros:

- *Specialty Chemicals*, 325
- *Performance Plastics*, 297
- *Synthetic Fibres and Nonwovens*, 412
- *Outros negócios*, 10



O RadiciGroup opera na **química** com uma fábrica em **Novara (na Itália, 300 funcionários)** e um em **Zeitz (na Alemanha, 180 funcionários)**, onde **personal especializado** é dedicado à produção de alguns meios químicos e polímeros de PA 6.6, matérias primas utilizadas para a realização de vários produtos nos setores do plástico e das fibras sintéticas. Em adição a estas duas fábricas, o Grupo está presente na **China (Xangai)**, com um escritório para a comercialização dos polímeros PA 6 e PA 6.6, ácido adípico, ácidos dicarboxílicos. Os destaques da **Área de Specialty Chemicals** são o serviço de entrega a clientes e a assistência técnica, assim como a capacidade de desenvolver soluções inovadoras e individuais para as outras empresas do Grupo: a integração vertical no setor representa de fato um valor agregado reconhecido pelo mercado. Hoje o RadiciGroup é o único grupo europeu capaz de controlar todo o processo de produção, da química do polímero à produção de fibras sintéticas ou dos tecnopolímeros, incluindo a reciclagem no final da vida útil. Uma integração que significa otimização dos processos e melhoria do desempenho dos produtos e que se traduz na chamada "cadeia curta", com limitado impacto ambiental, graças também à recuperação dos materiais.

Quanto à **Área Performance Plastics**, em 2016 foi concluída a aquisição da Polymer Engineering Solutions da norte-americana INVISTA: a operação permitiu fortalecer a presença do RadiciGroup no mercado norte-americano e no europeu, aumentando a capacidade de produção e otimizando de modo sinérgico competências, know-how, tecnologias, plantas avançadas, certificações ativas e utilizáveis a nível mundial nos setores automotivo, elétrico-eletrônico, industrial e de bens de consumo.

Portanto 2016 representa para a área **Plastics** um ano de forte satisfação: o faturamento está em crescimento e o volume de negócios também aumentou em todas as áreas onde o Grupo está presente com suas empresas (Brasil, China, França, Alemanha, Índia, Itália, México, Espanha, Holanda, Reino Unido e EUA).

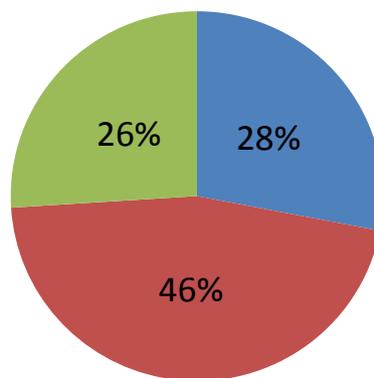
No que diz respeito à **Área de Negócios das Fibras sintéticas e dos não-tecidos** - que é a mais articulada precisamente pela variedade de tipos de produtos que vão do fio de poliéster ao fio de nylon, do fio para grama artificial ao tecido não-tecido - 2016 registrou um faturamento total de 412 milhões de euros.

A nível global o uso de fibras sintéticas cresce mais rapidamente do que as fibras naturais: a **poliamida** (6 ou 6,6), mais conhecida como o nylon, representa o núcleo de negócio da Área Fibras do RadiciGroup. E comparando os dados a nível europeu, o Grupo está entre os principais protagonistas do mercado, tanto em relação ao fio têxtil, quanto ao fio para tapetes.

Na área do **poliéster**, no entanto, a demanda desta fibra feita pelo homem excedeu em muito a do algodão: Hoje a demanda do mercado é de cerca de 50 milhões de toneladas, mas estimativas indicam que o valor chegará a 70 milhões em 2030. E embora o mercado global seja dominado pelos fabricantes asiáticos, hoje na Europa o RadiciGroup é o segundo produtor (24 mil toneladas/ano), com uma gama dividida em mil variantes de cores, consistência, elasticidade e tensão e com uma oferta que responde sempre mais à necessidade de uma indústria têxtil verdadeiramente sustentável.

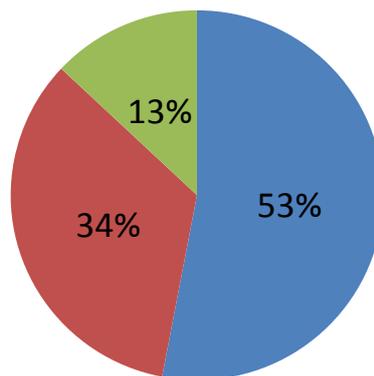
Anunciado em 2016, até o final de 2017 está previsto o início de uma nova linha de produção do **spunbond** (um tipo de não-tecido destinado aos mercados agrícola, automotivo, da construção e do HO.RE.CA.) que permitirá aumentar a capacidade de produção da Tessiture Pietro Radici de cerca de 50% e desenvolver produtos com uma mais ampla gama de características técnicas. A TPR também continua com a produção de fios para grama artificial, desenvolvendo materiais capazes de satisfazer tanto os elevados desempenhos técnico-esportivos e de conforto de jogo exigidos pelo mundo dos campos de futebol em grama sintética quanto as características "estéticas" exigidas pelas áreas verdes e pelos locais de lazer.

Vendas por área geográfica



■ Itália ■ Europa ■ Resto do mundo

Pessoal por área geográfica



■ Itália ■ Europa ■ Resto do mundo

RadiciGroup for Sustainability: eco-design dos produtos para a economia circular



O RadiciGroup abraça o conceito de economia circular, no qual o valor de produtos, materiais e recursos é conservado tanto tempo quanto possível, a produção de resíduos é reduzida ao mínimo e, quando um produto chega ao fim da sua vida útil, ele é usado novamente para criar outro valor. Através da reciclagem e reciclabilidade o RadiciGroup pretende contribuir para um sistema industrial que seja sustentável, libere poucas emissões, utilize os recursos de forma eficiente e permaneça competitivo. Esta transição oferece a oportunidade de transformar radicalmente a economia, gerando benefícios econômicos significativos e contribuindo à inovação, ao crescimento e à criação de empregos. O primeiro e fundamental elemento deste percurso é o eco-design dos produtos.

Para o RadiciGroup, eco-design significa levar em consideração, na fase de projeto, o impacto ambiental que um produto irá exercer ao longo de toda a extensão de sua vida útil. Isso pode ter um efeito favorável na melhoria do desempenho ambiental e dos custos, também em termos de eficiência dos recursos e dos materiais.

O RadiciGroup sempre deu grande atenção ao impacto ambiental de sua atividade: concretamente, assim como promovido pela Comunidade Europeia através da Recomendação 2013/179/CE introduziu o PEF (Product Environmental Footprint), o RadiciGroup está empenhado em manter registro de seus produtos e processos ao longo de todo o ciclo de vida, da extração da matéria-prima ao final da vida útil dos produtos, fornecendo dados e informações comparáveis e verificáveis por terceiros: uma gestão responsável do produto a partir da formulação, registrada em cada fase da produção transparente na abordagem e na estrutura de comunicação dos impactos gerados, através da EPD (Environmental Product Declaration - Declaração Ambiental de Produto).

O desafio que o Grupo enfrentará nos próximos anos está sem dúvida ligado à total reciclabilidade das fibras sintéticas. A estratégia ambiental do RadiciGroup, apoiada pelo know-how de mais de 75 anos de história, tem o objetivo de garantir que todos os produtos têxteis sejam mecanicamente reciclados e se tornem um novo material plástico para usos técnicos e industriais.

RADICIGROUP – Com cerca de 3.000 empregados, um faturamento de 946 milhões de euros em 2016 e uma rede de fábricas e sedes comerciais localizadas entre a Europa, a América do Norte e do Sul e a Ásia, o RadiciGroup é hoje o líder mundial na produção de uma vasta gama de produtos químicos, polímeros de poliamida, tecnopolímeros, fibras sintéticas e não tecidos. Produtos realizados graças a um know-how químico de excelência e à integração vertical no setor das poliamidas, desenvolvidos para empregos em múltiplos setores industriais entre os quais: AUTOMOTIVO - ELÉTRICO/ELETRÔNICO - BENS DE CONSUMO - VESTUÁRIO - MOBILIÁRIO - IMOBILIÁRIO - ELETRODOMÉSTICOS - ESPORTIVO. Na base da estratégia do RadiciGroup está a grande atenção à inovação à qualidade à satisfação dos clientes e aos temas da sustentabilidade social e ambiental. Com as suas macro Áreas de Negócio - **Specialty Chemicals, Performance Plastics e Synthetic Fibres & Nonwovens** (Performance Yarn, Comfort Fibres, Extrusion Yarn) - a RadiciGroup é parte de uma mais ampla estrutura industrial que inclui também o negócio mecanotêxtil (ITEMA) e o da energia (GEOGREEN) e da Hotelaria (SAN MARCO).

RADICIGROUP PRESS OFFICE

Marisa Carrara

marisa.carrara@radicigroup.com

+ 39 345 9148892

WWW.RADICIGROUP.COM

