



CORPORATE PRESS RELEASE



Bergamo, 14 Febbraio 2018

RadiciGroup in Germania con l'Atalanta

**Europa League: i nerazzurri sfidano il Borussia Dortmund.
Per il Gruppo, il mercato tedesco è secondo dopo l'Italia per fatturato**

Si apre Giovedì 15 febbraio l'avventura tedesca di **Atalanta in Europa League** che, al Signal Iduna Park di Dortmund, sfida il Borussia nella partita di andata, con il ritorno previsto il 22 febbraio al Mapei Stadium di Reggio Emilia.

La **Germania è un Paese molto importante anche per RadiciGroup**, sponsor di maglia dell'Atalanta in Europa, dato che rappresenta il secondo mercato del Gruppo per fatturato, dopo l'Italia.

*«In Germania siamo presenti con stabilimenti produttivi e sedi commerciali nei settori della chimica, della plastica e delle fibre sintetiche – ha sottolineato **Angelo Radici, Presidente di RadiciGroup** - Il giro d'affari che registriamo in questo Paese è di circa 200 milioni di euro e per il nostro business si tratta di un mercato strategico, vista anche la nostra presenza nell'automotive, un settore che rappresenta per il Gruppo circa il 55% del fatturato».*

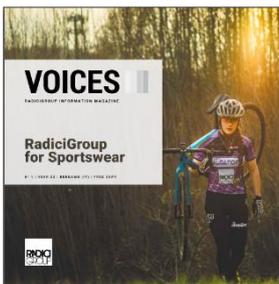
In occasione della partita Atalanta-Borussia Dortmund, una delegazione di circa una cinquantina di dipendenti della **Radici Chimica Deutschland** di Troglitz, sarà presente allo stadio per tifare i Nerazzurri.

*«Tutti i nostri dipendenti hanno accolto positivamente la scelta di sponsorizzare l'Atalanta in Europa League – ha spiegato **Maurizio Radici, vicepresidente di RadiciGroup e consigliere di Atalanta B.C.** – In collaborazione con la squadra abbiamo dato la possibilità di acquistare le maglie griffate RadiciGroup: ebbene oltre 2.600 t-shirt sono andate nelle mani dei miei collaboratori, non solo in Italia ma anche all'estero, dalla Germania, all'Inghilterra, dall'Argentina al Brasile. Questo è a mio avviso il segno di un forte senso di appartenenza al Gruppo, che riconosce e apprezza anche le origini di quella che oggi è una vera e propria multinazionale della chimica, della plastica e delle fibre sintetiche».*

La sponsorizzazione Atalanta, che concede al marchio RadiciGroup un'ampia visibilità europea (85% della produzione Radici è in Europa), risponde a un duplice obiettivo: da una parte

l'attenzione al territorio bergamasco, in cui il Gruppo è nato e dove lavorano tutt'ora circa 1.200 persone, e dall'altra sottolinea come molti dei **materiali prodotti da Radici trovano applicazione nel settore dello sport**. Dai filati in nylon e poliestere per il vestiario dei giocatori, a quelli per realizzare i tappeti in erba sintetica. Dai tecnopolimeri ignifughi per le sedute da stadio a quelli ideali per gli accessori sportivi (parastinchi, scarpette, caschi e protezioni di vario genere).

L'offerta RadiciGroup per il mondo dello sport si delinea tra le più complete nel panorama europeo, proposta da un unico Gruppo integrato nella filiera produttiva (dalla chimica dei polimeri, al filo tessile, ai tecnopolimeri). Senza dimenticare la **sostenibilità**: il Gruppo sposa infatti i concetti di **ecodesign** ed **economia circolare**, mettendo a disposizione prodotti progettati in funzione anche della loro seconda vita. La sfida che tutta RadiciGroup sta affrontando è fare in modo che i **prodotti tessili vengano ingegnerizzati in modo da poter essere riciclati meccanicamente** e diventare una materia prima "seconda" in ambito plastico per usi tecnici e industriali.



*Per conoscere alcune iniziative promosse da RadiciGroup nell'ambito dello sport è possibile leggere l'ultimo numero del **magazine aziendale VOICES** disponibile al seguente link del sito internet:*

<https://www.radicigroup.com/it/news-media/voices/radicigroup-per-labbigliamento-sportivo-40372>

RADICIGROUP – Con oltre 3.000 dipendenti, un fatturato di 946 milioni di euro nel 2016 e un network di unità produttive e sedi commerciali dislocate tra Europa, Nord e Sud America e Asia, RadiciGroup è oggi leader mondiale nella produzione di una vasta gamma di intermedi chimici, polimeri di poliammide, tecnopolimeri, fibre sintetiche e non tessuti. Prodotti realizzati grazie ad un know-how chimico d'eccellenza e all'integrazione verticale nella filiera della poliammide, sviluppati per impieghi nell'ambito di molteplici settori industriali tra cui: AUTOMOTIVE - ELETTRICO/ELETTRONICO - BENI DI CONSUMO - ABBIGLIAMENTO - ARREDAMENTO - EDILIZIA - ELETTRODOMESTICI - SPORT. Alla base della strategia di RadiciGroup, forte attenzione all'innovazione, alla qualità, alla soddisfazione dei clienti e ai temi della sostenibilità sociale e ambientale. Con le sue macro Aree di Business - **Specialty Chemicals, Performance Plastics e Synthetic Fibres & Nonwovens** (Performance Yarn, Comfort Fibres, Extrusion Yarn) - RadiciGroup è parte di una più ampia struttura industriale che include anche il business meccanotessile (ITEMA) e quelli dell'energia (GEOGREEN) e dell'Hotellerie (SAN MARCO).
