

El Grupo Fedrigoni refuerza su tendencia de crecimiento en el tercer trimestre de 2021: +18,5 % de facturación y +12,5 % de EBITDA ajustado proforma respecto al tercer trimestre de 2020. Los niveles pre-Covid se superaron en un 50% en el último trimestre

El Grupo Fedrigoni, uno de los principales actores mundiales en la fabricación y venta de papeles especiales para packaging de lujo y otras aplicaciones de diseño y materiales autoadhesivos premium para etiquetado, ha logrado excelentes resultados en los primeros nueve meses de 2021 en ambas unidades de negocio, gracias a una política de expansión geográfica y diferenciación de la oferta, y a través de adquisiciones dirigidas

Milán, 7 de diciembre de 2021 - El Grupo italiano Fedrigoni, uno de los líderes mundiales en la producción y venta de papeles especiales para packaging de lujo y otras aplicaciones de diseño y materiales autoadhesivos de primera calidad para etiquetado, finalizó el tercer trimestre de 2021 con una facturación de 1.155 millones de euros, en comparación con los 974,4 millones alcanzados en los nueve primeros meses de 2020 (+18,5%) y un EBITDA ajustado proforma de 170,5 millones frente a los 151,5 millones del 3er trimestre de 2020 (+12,5%). Solo en el último trimestre, la facturación fue de 402 millones de euros, un 50% más que el mismo periodo pre-Covid de hace dos años, julio-septiembre de 2019 (269 millones).

Un crecimiento excepcional que refuerza la tendencia positiva ya mostrada en los resultados financieros de 2020 (1.315 millones de euros de facturación, 200 millones más que en 2019 y un EBITDA ajustado proforma de 197,2 millones) y que caracteriza a ambas líneas de negocio: +17% para la unidad de negocio de Adhesivos / Etiquetas, a pesar de un 2020 ya extremadamente favorable, y +23% para la unidad de negocio de Papel Premium, gracias en particular al excelente desempeño de los papeles especiales para packaging de lujo, que compensa la caída mundial de la demanda en el papel durante la pandemia del Covid-19.

Hoy, Fedrigoni es líder mundial en etiquetas de vino, el tercer actor mundial en materiales autoadhesivos y el número uno europeo en papeles especiales, en particular para packaging de lujo, con alrededor de 4.000 trabajadores en 25 países, 34 fábricas e instalaciones de corte y más de 25.000 productos, así como varios miles producidos exclusivamente para las principales marcas de moda y lujo. Tres adquisiciones concluyeron con éxito en los primeros nueve meses de 2021: Acucote, el productor estadounidense de materiales autoadhesivos, Rimark, el distribuidor mexicano, y NewCo, se asociaron con Tecnoform para producir bandejas interiores para packaging de lujo completamente realizados con celulosa termoformada.

“Continuamos nuestra trayectoria de crecimiento de enero a septiembre -confirma el director general del Grupo, Marco Nespolo- sin frenarnos por la discontinuidad del mercado y procediendo a implementar nuestro plan estratégico. Nos concentramos en dos factores principales: expandir nuestra presencia global para que podamos tener un control directo en cualquier lugar y garantizar la misma excelencia y calidad de servicio para las marcas que atendemos en todo el mundo; ampliando y diferenciando nuestra oferta en segmentos atractivos, como packagings y etiquetas de lujo para la industria del vino, y fortaleciendo nuestro posicionamiento global, también a través de adquisiciones específicas. Esto nos ha permitido ganar cuota de mercado en todas las áreas de negocio, con especial foco en el mundo de las etiquetas de vino, donde somos número uno a nivel mundial, y en el segmento de papeles premium, donde damos soporte a las principales marcas de lujo en su transición del plástico al papel”.

Otro ámbito importante de compromiso es el de la sostenibilidad, donde el Grupo se ha fijado objetivos exigentes a conseguir en 2030. En particular: reducir las emisiones de CO2 en un 30%, devolver el

100% del agua limpia al medio ambiente, eliminar los residuos enviados a vertederos, aumentar hasta el 95% los proveedores certificados según estándares sostenibles y duplicar el volumen de productos con características ESG avanzadas. En lo que se refiere a las personas, reducir las lesiones en el trabajo en un 67%, aumentar en un 50% el número de mujeres en puestos directivos y crear un entorno inclusivo donde la equidad y la diversidad estén en el centro de las políticas de crecimiento de la organización. El Grupo también apuesta por iniciativas de retribución al territorio: desde los *Bosques Fedrigoni*, ubicados cerca de las fábricas, hasta la colaboración con universidades, escuelas y asociaciones, como la alianza con *Inspiring Girls International*, cuya misión es ayudar a niñas de entre 10 y 15 años a soñar en grande y desarrollar su talento, libres de estereotipos de género. En septiembre de 2021, Fedrigoni recibió la Medalla de Oro de Ecovadis, agencia internacional de calificación de sostenibilidad, por los resultados obtenidos hasta ahora en el contexto ESG.

Fedrigoni

Desde 1888, Fedrigoni ha destacado por la excelencia en la fabricación de papeles especiales. Es uno de los principales actores europeos en la producción y venta de diferentes tipos de papel de alto valor añadido para packaging y gráficos, productos premium y otros materiales autoadhesivos. Con más de 4.000 empleados a nivel mundial y 25.000 productos, el Grupo Fedrigoni vende y distribuye en más de 130 países y se ha convertido en el tercer actor mundial en el sector de los materiales autoadhesivos también gracias a adquisiciones recientes. La unidad de negocio de papel incluye al Grupo Cordenons y la histórica marca Fabriano, y la unidad de negocio de Autoadhesivos incluye a Arconvert, Manter, Ritrama (desde febrero de 2020), IP Venus (desde diciembre de 2020), Acucote y Ri-Mark (desde junio de 2021). El distribuidor americano GPA también forma parte del Grupo.

Para más información: Stefania Vicentini, +39 335 5613180, sv@dicomunicazione.it

