



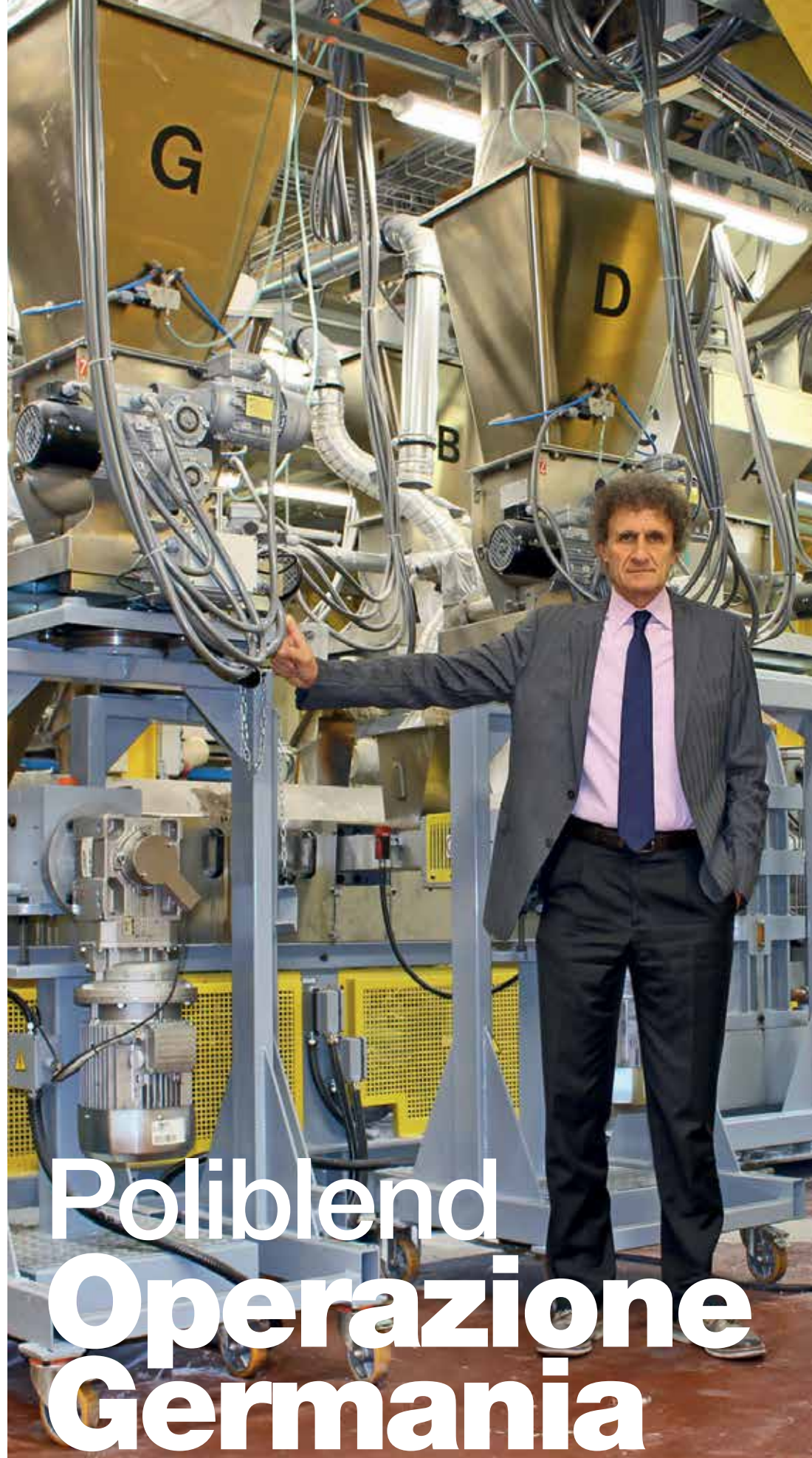
di Andrea Selva

Nasce Poliblend Deutschland. Il gruppo presieduto da Giancarlo D'Ottavio perfeziona la propria presenza sul mercato tedesco grazie all'acquisizione del proprio distributore locale, con l'ambizioso obiettivo di crescere a doppia cifra

«Per chi opera nel comparto delle materie plastiche, la Germania è un mercato imprescindibile. Chi vuole crescere non può trascurare le tendenze tecnologiche, la qualità della domanda e i volumi in gioco che lo caratterizzano». Così Giancarlo D'Ottavio, presidente del gruppo D'Ottavio Polimeri (Mozzate, Como) motiva la recente acquisizione di Weber Kunststoffe (Heilbronn, nei pressi di Stoccarda), storico distributore per il mercato tedesco dell'azienda comasca, per la quale dallo scorso maggio lavorerà in esclusiva. «La manovra ci permetterà di aumentare le nostre quote nel mercato tedesco, grazie alla presenza di un partner locale in grado di rappresentare per i nostri clienti un interlocutore madrelingua, unico e ben identificato». I primi interventi riguarderanno la razionalizzazione e il potenziamento del settore vendite. «Successivamente, verrà ufficializzata la costituzione di Poliblend Deutschland, che diventerà il punto di riferimento della nostra presenza in Germania», precisa.

**Può illustrarci le ragioni di questo cambiamento?**

Il nostro obiettivo è la crescita del marchio in Europa, un traguardo difficilmente raggiungibile se non si opera nel mercato tedesco, il primo per volumi. Per aggredirlo, però, è indi-



# Poliblend Operazione Germania

## IL GRUPPO D'OTTAVIO POLIMERI NEL 2016

**Le aziende del gruppo:** Poliblend (compound, PA, PBT, acetalica), Esseti Plast (master e additivi), Alfa Polimeri (distribuzione materiali prodotti da Poliblend e terzi), Celloplast (gomme termoplastiche), Mazzergrip (taglio termico), Poliblend Asociados España (commerciale), Poliblend Deutschland (in fase di avvio)

**Fatturato:** 90 milioni €

**Fatturato Poliblend:** 49 milioni €

**Export:** 45% del fatturato

**Investimenti in R&S nel prossimo triennio:** 5% del fatturato

**Dipendenti:** 120 in Italia, 7 in Spagna, 4 in Germania

**Produzione di poliammidi:** 25.000 tonnellate

**Produzione di master:** 1.000 tonnellate

**Produzione di gomme termoplastiche:** 2.000 tonnellate

Il quartier generale della D'Ottavio Polimeri a Mozzate (Como)



spensabile una presenza diretta, che non abbiamo mai avuto: fino a oggi abbiamo operato attraverso distributori locali, con l'eccezione di alcuni clienti seguiti direttamente dall'Italia. Da qui la decisione di cambiare passo.

**Oggi quanto vale il mercato tedesco per il vostro gruppo?**

L'export rappresenta circa il 45 per cento della produzione. Un dato in costante crescita, che vede la quota occupata dal mercato tedesco raggiungere circa il 20 per cento, valore del quale le poliammidi rappresentano oltre l'80 per cento. Ragionando in termini assoluti, la nostra presenza si attesta attorno a quantità che rappresentano lo 0,1 per cento del mercato totale. È facile comprendere quanto sia ampio il nostro margine di miglioramento: raggiungere anche solo lo 0,2 per cento equivale a raddoppiare le quantità vendute. Ma non

ci poniamo obiettivi predefiniti, perché siamo convinti di poter arrivare in tempi ragionevoli anche a risultati al momento insperati.

**L'operazione come inciderà sulla vostra capacità produttiva?**

La scelta di operare questo salto di qualità era stata pianificata da tempo, innanzitutto attraverso investimenti mirati ad accrescere la nostra capacità produttiva in Italia. Recentemente abbiamo avviato una nuova linea di estrusione e un nuovo impianto di confezionamento, capace di gestire in un giorno i quantitativi che la precedente linea lavorava in una settimana. La capacità degli impianti di compounding sfiora oggi 200 tonnellate al giorno di poliammidi. Prima dell'avvio della nuova linea, a regime, la produttività arrivava all'85 per cento delle potenzialità, che oggi si riduce di un ulteriore 20 per cento. Lo stabilimento,

dunque, è pronto per sostenere l'obiettivo di un deciso aumento di fatturato, che si sta già manifestando con le ottime performance registrate nel primo trimestre del 2017, nel quale siamo cresciuti eccezionalmente del 28%.

**Su quali comparti industriali concentrerete la vostra attenzione?**

Attualmente, in Germania il principale settore di riferimento per il gruppo è quello dell'automotive, che assorbe il 70-80 per cento delle nostre vendite. Contiamo inoltre presenze nei comparti elettrico e del tempo libero, e registriamo grandi potenzialità anche nell'arredamento. La strategia di marketing e sviluppo dei nostri brand procederà assecondando questi settori applicativi, nei quali abbiamo già seminato. Insomma, ci stiamo preparando a raccogliere i frutti di una precisa strategia tracciata da tempo.

**Il cambiamento porterà anche variazioni nell'offerta?**

Naturalmente la parte preponderante continua a essere rappresentata dai polimeri vergini, anche se, soprattutto spinti dalle richieste del settore automobilistico e dalle campagne di incentivi pubblici del Governo tedesco, crescono di importanza i materiali di "seconda vita". In questo caso, la sfida competitiva in un contesto di offerta in continua crescita è quella di emergere offrendo una qualità che non è sempre scontata per i materiali rigenerati. Le società del nostro gruppo che producono masterbatch e gomme termoplastiche sono ovviamente destinate a seguire questo percorso, anche se sarà il nylon a fare da apripista. Per ora, la nostra presenza in Germania su quei mercati è poco significativa, ma contiamo su un possibile effetto traino: ci proponiamo forti di nome, esperienza e organizzazione, ma anche con il biglietto da visita di primo gruppo in Italia per volumi di nylon 6 venduti e la fama, credo meritata, di compounder solidi, affidabili, capaci di offrire materiali di qualità e certificati. Tutti fattori che ci portano a guardare la sfida tedesca con motivato ottimismo.

**Da qualche mese il problema dello shortage per le materie prime è tornato pressante...**

È vero. Anzi, credo che quanto sta accadendo



Lo scorso 12 maggio, Giancarlo D'Ottavio ha guidato la visita in Poliblend degli studenti del Dipartimento di scienze e alta tecnologia dell'Università dell'Insubria



Il nuovo impianto di confezionamento installato in Poliblend riesce a gestire in un giorno i quantitativi che la precedente linea lavorava in una settimana

## Investire sul domani

Crescere per Poliblend significa anche puntare sulle risorse umane, non solo quelle oggi presenti in azienda ma anche quelle che potranno esserlo domani. «L'idea è quella di avvicinare gli studenti di ogni età al mondo delle materie plastiche, facendolo conoscere e apprezzare nelle mille sfumature, ma anche sfatando i preconcetti che lo vedono un potenziale rischio per l'ambiente e le risorse non rinnovabili», precisa Giancarlo D'Ottavio, presidente del gruppo D'Ottavio Polimeri. E così, lo scorso 31 aprile, i ragazzi delle scuole medie di Mozzate hanno fatto visita al sito produttivo Poliblend. Lo scopo, spiega il manager «Era anche quello di aiutarli non tanto a prendere una decisione sul loro futuro, visto che sono molto giovani, ma a capire se scegliere il filone tecnico o umanistico alle scuole superiori». Diversa invece la logica che ha guidato l'incontro del 12 maggio con gli studenti del secondo anno presso il Dipartimento di scienze e alta tecnologia dell'Università dell'Insubria. «I ragazzi, già in possesso delle conoscenze sulle tecnologie chimiche e dei polimeri, possono vedere in Poliblend un'azienda dove affrontare un periodo di alternanza scuola lavoro oppure, più generale, un interessante mondo industriale – quello delle materie plastiche – a cui avvicinarsi nella professione futura»

**In un contesto simile, diventa quindi sempre più importante pianificare le politiche di acquisto...**

Il mercato delle materie prime è caratterizzato da una standardizzazione crescente della qualità. È logico che la differenza la faccia il prezzo, anche al centesimo. Se acquistare materia prima risparmiando anche solo qualche punto percentuale ci permette di restare competitivi è giusto farlo, e credo lo sia in senso generale. Da anni, la nostra politica di approvvigionamento prevede acquisti mirati in diverse parti del mondo, anche di lotti che offrono margini migliori. Lo possiamo fare perché abbiamo solidità finanziaria, ma anche perché attraverso il nostro laboratorio interno possiamo controllare la qualità delle materie prime. È diversa invece la dinamica del mercato compounding, dove la pura logica del prezzo si è spesso rivelata perdente. Oltre alla qualità, infatti, i trasformatori guardano a fattori come servizio, possibilità di seguire ed eseguire progetti su misura per il cliente.

**Dopo un 2016 positivo per il gruppo, quali sono le previsioni per il 2017?**

Contiamo di crescere a due zeri rispetto al fatturato 2016 che, considerando solo Poliblend, si è attestato a 50 milioni di euro. Il gruppo nel complesso ha raggiunto i 90 milioni, con un notevole incremento della marginalità. Prevediamo di poter risalire a quota 100 milioni, punto di massimo raggiunto qualche anno fa anche grazie al fatturato di MMT, società specializzata nello stampaggio a iniezione, che per diverse scelte strategiche abbiamo deciso di chiudere. La struttura di filiera del gruppo resta però invariata, anzi aumenteranno gli investimenti su Mazzer Grip, azienda di riferimento nella produzione di profili in poliammide per il taglio termico, che abbiamo acquisito nel 2015. Con queste premesse, le previsioni ci portano a ritenere che chiuderemo l'anno in corso migliorando nel complesso tutte le performance del 2016, che per il gruppo sono comunque già state molto positive.

do in questi mesi non si sia mai verificato negli ultimi quarant'anni. I grandi produttori di materie prime hanno imposto aumenti nelle forniture ai compounder, senza fare lo stesso nei confronti degli stampatori o delle grandi società di distribuzione.

Si è generato così un effetto paradossale, perché ci siamo trovati a dover acquistare materia prima a prezzi fino al 10 per cento superiori rispetto al compound. Le conseguenze sono state immediate, con un calo vistoso del fatturato in aprile.

È inevitabile, se si vuole continuare a lavorare, difendersi da queste logiche speculative, cercando di acquistare nylon 6 e 6.6 in mercati alternativi nel panorama internazionale. Paradosso nel paradosso, spesso si finisce per rivolgersi, in Paesi stranieri, a impianti di proprietà degli stessi fornitori che in Europa hanno alzato i prezzi in modo sconsiderato.

## Come spiega quanto sta accadendo?

Le motivazioni per giustificare questo comportamento da parte dei fornitori di materie prime sono le più varie: dall'aumento del costo del benzene o del caprolattame. Molto più realisticamente si tratta di speculazione. Un minimo di giustificazione poteva essere concessa dopo un anno difficile, nel quale i margini di guadagno sono stati davvero bassi, ma si è finito inevitabilmente per esagerare, spiazzando il mercato che in questo momento è estremamente "liquido" e soggetto a cambiamenti anche repentini.

Il dato di fatto è che per un gruppo come il nostro, capace di acquistare 3 milioni di chili al mese, un aumento del 10 per cento sulla materia prima ha un peso significativo. Logico che si cerchi di difenderci spuntando prezzi inferiori, seppure dovendo guardare lontano.