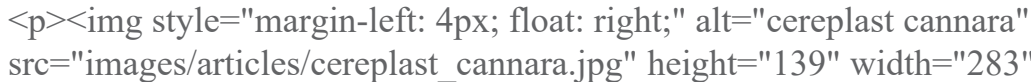


## Conti in rosso per Cereplast

 Nel terzo trimestre crollano le vendite per minimizzare i rischi sui crediti. Riacquistate resine invendute in Italia, dirottate sui mercati emergenti.

16 novembre 2012 07:38

Il produttore californiano di bioplastiche Cereplast ha chiuso il terzo trimestre con vendite nette per circa 477.000 dollari, contro i 5,4 milioni di dollari dello stesso periodo dell'anno scorso. Nei primi nove mesi, il giro d'affari si è attestato a 770.000 dollari contro i 20,2 milioni del 2011.



La società spiega la forte contrazione delle vendite con la volontà di ridurre drasticamente i rischi sui crediti, che ha portato a minimizzare l'esposizione verso i clienti; in sostanza, le vendite di quest'anno si riferiscono esclusivamente a spedizioni di campioni pagati in anticipo e invii ai clienti con basso rischio di credito, già in portafoglio.

IL CEO della società, Frederic Scheer, ha spiegato che parte del materiale invenduto, rimasto nei magazzini dei clienti europei, è stato dirottato sul mercato indiano, dove la società ha di recente aperto uffici commerciali, in parte per nuovi sviluppi applicativi in collaborazione con un importante trasformatore locale. Nella conference call con gli azionisti, il CEO di Cereplast ha svelato di essere riuscito a riacquistare resine invendute per un valore di 1,8 milioni di dollari in mano a un cliente italiano.



Scheer ha comunque espresso ottimismo su una ripresa delle vendite nel nostro paese dopo la decisione del governo italiano di anticipare al 1 gennaio 2013 l'entrata in vigore delle sanzioni sulla vendita di sacchetti per la spesa non biodegradabili e compostabili. Nel portafoglio Cereplast ci sono infatti gradi adatti alla produzione di film per shopper conformi con le norme UNI EN 13432, che alcune catene nazionali della GDO starebbero testando con successo, con la previsione di consumi mensili intorno alle 500 tonnellate. Cereplast, ricordiamo, ha in corso un investimento in Umbria (foto sopra) per un nuovo impianto destinato al compounding di biopolimeri.

IL CEO della società californiana ha anche annunciato un cambio di strategia commerciale, che sarà più attenta alla domanda dei mercati, attraverso lo sviluppo di prodotti specifici in base alla necessità dei clienti, in luogo dell'approccio ad ampio spettro sperimentato in passato.

Â© Polimerica - Riproduzione riservata