

Un altro buon anno per Covestro

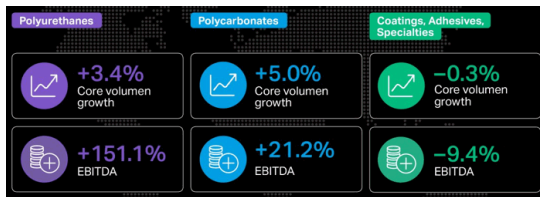
Il giro d'affari è cresciuto nel 2017 di quasi il 19% a 14,1 miliardi di euro, con margini operativi lordi in progressione del 70%.

20 febbraio 2018 12:04

Covestro, società nata nel 2015 dallo spin-off di Bayer Materialscience (ma oggi Bayer detiene solo il 14,2% della società), ha chiuso l'esercizio 2017 con vendite pari a 14,1 miliardi di euro, in crescita del +18,8% rispetto all'anno precedente, con volumi in progressione del +3,4%, mentre il margine operativo lordo (Ebitda) è aumentato del 70,6% a 3,4 miliardi di euro e il reddito netto è più che raddoppiato, passando da 795 milioni a 2 miliardi di euro nei dodici mesi considerati.



“Abbiamo conseguito un risultato impressionante e superato di molto i nostri obiettivi - ha commentato soddisfatto il CEO del gruppo tedesco, Patrick Thomas (a sinistra nella foto), che quest'anno lascerà il timone della società a Markus Steilemann (nella foto al centro) -. Rispetto al nostro primo esercizio come azienda indipendente, siamo migliorati nettamente e abbiamo dimostrato che il nostro successo è sostenibile. Tutto ciò è dovuto a una ragione semplice: siamo riusciti a sbloccare con successo e in maniera ancora più netta le potenzialità di Covestro. Attualmente siamo quindi in una posizione di forza, a partire dalla quale accelereremo ulteriormente la creazione di valore”.



Nel segmento poliuretani, Covestro ha incrementato del 3,4% i volumi, con un contributo positivo in tutte le aree geografiche. L'Ebitda è aumentato del 151,1% raggiungendo 2.212 milioni di euro, grazie a significativi miglioramenti nei margini di MDI e TDI, le principali

materie prime per la formulazione di poliuretani.

Le vendite, in volume, di polycarbonato sono aumentate del 5% e anche in questo caso tutte e tre le regioni hanno contribuito al risultato. L'Ebitda è salito del 21,2% raggiungendo 853 milioni di euro, grazie a maggiori volumi dovuti alla forte domanda da parte di automotive ed E/E, e all'incremento medio dei prezzi di vendita. Sono invece rimasti pressoché stabili (-0,3%) i volumi del segmento coating, adesivi e specialità. L'Ebitda, in questo caso, ha registrato una flessione del 9,4% attestandosi a 453 milioni di euro, in quanto l'aumento medio dei prezzi di vendita non è stato in grado di compensare completamente i maggiori costi.

Per l'anno in corso, Covestro prevede una crescita solida nei principali mercati di sbocco, tra cui automotive, edilizia e

costruzioni, comparto elettrico ed elettronico, tali da conseguire una crescita dei volumi con percentuale a cifra singola (nel range da basso a medio) e un Ebitda ai livelli del 2017, anche se il margine lordo nel primo trimestre 2018 è stimato significativamente superiore a quello dello stesso periodo dell'anno scorso.



“In un numero crescente di settori, i clienti sono sempre più alla ricerca di soluzioni sostenibili e ciò è esattamente quello che noi offriamo. Siamo in una posizione favorevole per sfruttare l'elevato potenziale di crescita di questi segmenti orientati al futuro”, ha commentato Patrick Thomas, citando tra i segmenti più dinamici la mobilità elettrica, l'edilizia sostenibile e le lampade LED a risparmio energetico.

“La sostenibilità è e rimane un fattore chiave dell'innovazione - ha aggiunto Markus Steilemann, Chief Commercial Officer e CEO designato di Covestro -. Entro il 2025, vogliamo dedicare l'80% dei nostri investimenti alla ricerca e sviluppo in ambiti che contribuiscano agli obiettivi di sviluppo sostenibile”.

Steilemann ritiene inoltre che la digitalizzazione rappresenti un fattore trainante dell'innovazione: “Con il nostro portfolio di prodotti stiamo sfruttando le opportunità offerte dalla digitalizzazione, rendendola un aspetto chiave nel contesto della nostra azienda à ha dichiarato - e in questo ambito stabiliremo nuovi rapporti di collaborazione con i nostri clienti”. Un esempio è il nuovo marketplace che sarà presto lanciato per semplificare l'accesso ai prodotti di base e per connettere i clienti con Covestro e altri fornitori. Entro la fine del 2019, la società stima che nuovi modelli di business digitale potranno generare vendite fino ad un miliardo di euro.

© Polimerica - Riproduzione riservata