

Carta, Sofidel rilancia sul mercato americano

PRODOTTI PER L'IGIENE

Il gruppo toscano chiude il 2020 con ricavi consolidati oltre quota 2 miliardi (+13%)

Per la prima volta consiglieri esterni nel cda, tra cui Andrea Munari (Bnl)

Silvia Pieraccini

LUCCA

Il bisogno di igiene e pulizia generato dalla pandemia spinge i conti di Sofidel, la multinazionale lucchese della carta tissue (fazzoletti, tovaglioli, rotoloni da cucina, carta igienica), conosciuta in Europa per il marchio Regina, che chiude il 2020 con un incremento delle vendite nette del 13%, superando per la prima volta i due miliardi di euro (2.173 milioni, per l'86% all'export). A trainare sono stati gli Usa, protagonisti di una crescita superiore al 37% e diventati il primo mercato di sbocco (assorbono il 22%). Il bilancio consolidato, approvato nei giorni scorsi dall'assemblea dei soci, ufficializza una redditività-record: il margine operativo lordo (ebitda) sale a 418 milioni (+61%), pari al 19,2% dei ricavi netti e migliorato di quasi sei punti (era il 13,4% nel 2019).

Quello dei due miliardi di fatturato è un traguardo importante che spinge la proprietà, le famiglie lucchesi Stefani e Lazzareschi, a una mossa strategica: l'ingresso nel cda, formato da otto membri, di quattro consiglieri esterni alla famiglia per acquisire nuove competenze utili alle sfide future. Entrano Andrea Munari, amministratore delegato e direttore generale di Bnl (che da aprile diventerà presidente); i docenti universitari Chiara Mio e Silvio Bianchi Martini e il commercia-

lista milanese Alessandro Solidoro. Il segretario sarà Guido Corbetta.

I consiglieri esterni affiancheranno il nuovo presidente di Sofidel, Edilio Stefani, che prende il posto del padre novantenne Emi, uno dei fondatori dell'azienda; l'amministratore delegato Luigi Lazzareschi; e i consiglieri familiari Paola e Nicolò Stefani.

L'apertura del cda a membri esterni non significa, per adesso, il passo verso la quotazione in Borsa. «Significa però - spiega Lazzareschi al Sole 24 Ore - che il gruppo ha assunto una dimensione, in volumi prodotti e presenza geografica, che impone di essere ancora più trasparenti e responsabili nei confronti

degli stakeholder. Questo cambiamento segna il passaggio da azienda 'locale' ad azienda internazionale». Anche perché Lazzareschi si sente sempre più «socialista»: «Vedo l'azienda, soprattutto quella di grandi dimensioni, come un bene di tutti - spiega - un bene che deve andare oltre la proprietà. Il cda allargato a componenti esterni serve a dare continuità nel tempo, a traghettare il gruppo, al di là delle famiglie azioniste, nell'interesse della comunità».

La quotazione in Borsa resta lontana anche perché «l'azienda è in grado di creare cassa sufficiente per affrontare i prossimi investimenti». Il focus sono sempre gli Usa, mercato che nel private label cresce al ritmo del 10% all'anno. «Investiremo ancora negli Stati Uniti per aumentare la capacità produttiva delle nostre nuove fabbriche», annuncia Lazzareschi escludendo invece lo sbarco in Asia.

Negli ultimi cinque anni Sofidel ha aperto due fabbriche integrate (cartiera e linee di trasformazione) in Ohio e in Oklahoma, con un investimento di oltre 600 milioni di euro. Proprio l'entrata a regime della fabbrica in Oklahoma, a Inola, ha contribuito a spingere i conti 2020, insieme con la diminuzione del prezzo delle materie prime (la cellulosa è scesa di circa il 20% nell'ultimo anno) e dei costi energetici e di trasporto. Essere concentrati nella carta tissue per usi domestici - anziché in quella per alberghi e ristoranti - ha fatto il resto, con l'impenata delle vendite durante la pandemia e le basi per un 2021 di ulteriore crescita. Ora che la capacità produttiva di Sofidel si avvicina a 1,5 milioni di tonnellate, l'azienda può guardare senza timore ai (soli) quattro grandi produttori che ha davanti nel mondo: Essity, Kimberly Clark, App e Georgia Pacific.

RIPRODUZIONE RISERVATA