

NEL 2017 SARÀ INAUGURATA LA TERZA LINEA DI PRODUZIONE, INVESTIMENTO PARI A TRE MILIONI DI EURO

Pelliconi investe ancora in Cina

L'azienda bolognese ha inaugurato lo scorso 1° novembre lo stabilimento di Suzhou, che a regime dovrebbe produrre circa due miliardi di pezzi di un tappo a strappo in alluminio e plastica

DI MARCO BONAGLIA

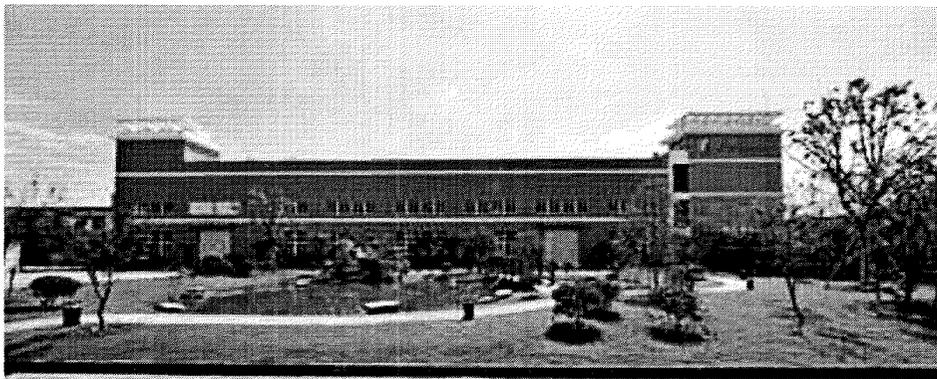
Aienda familiare bolognese, fondata nel 1939, e leader nel mondo nella produzione di tappi e capsule per bottiglie, Pelliconi produce ogni anno circa 30 miliardi di pezzi, che vengono esportati in 110 paesi. La società dispone di impianti produttivi in Cina, Egitto, Stati Uniti e Italia, e dallo scorso 1° novembre è operativa a Suzhou. Marco Checchi, suo amministratore delegato, racconta l'andamento degli ultimi mesi.

Domanda: Dottor Checchi, che anno è stato il 2016?

Risposta: è andato bene: abbiamo continuato la nostra espansione ed è stata premiata la strategia di affiancamento di prodotti a maggiore redditività al tappo "Corona", che rimane il prodotto più venduto. È stato un anno storico per lo sviluppo della società, perché il primo novembre abbiamo inaugurato il nostro stabilimento in Cina, a Suzhou, che produrrà, a regime, circa 2 miliardi di pezzi di un tappo a strappo in alluminio e plastica. L'impianto sta andando bene ed è attivo a tre turni su tutte le linee. Siamo estremamente soddisfatti.

D. Prima dell'apertura dello stabilimento eravate già presenti in Cina?

R. Non avevamo uffici di rappresentanza ma solo commerciali che si occupavano di quel mercato. È stato grazie



Lo stabilimento Pelliconi di Suzhou

a Carlsberg che abbiamo potuto dare vita alla costruzione dello stabilimento. Il cliente, infatti, ha agito da traino per quest'investimento firmando con noi un contratto pluriennale, visto che aveva necessità che noi producessimo in loco il tappo in alluminio a strappo. Nel frattempo ci siamo strutturati a livello commerciale, abbiamo cominciato a cercare nuovi clienti e oggi, pur rimanendo Carlsberg il nostro cliente di riferimento, abbiamo già almeno una decina di nuovi clienti cinesi interessati al nostro prodotto.

D. Gli obiettivi prefissati all'inizio dell'anno sono stati realizzati?

R. Sono stati conseguiti, con un preconsuntivo al 31 dicembre 2016 che è stato in linea con il budget che ci eravamo prefissati: il fatturato dell'anno appena conclusosi dovrebbe assestarsi

intorno ai 135 milioni di euro. E questo nonostante le potenziali difficoltà legate all'apertura in Cina e all'avvio di altre due start-up nel settore della distribuzione di prodotti per imballaggio, una in Francia e una negli Stati Uniti.

Se Abbiamo superato con successo il 2016 e il budget del 2017 è stato rivisto al rialzo



Il tappo a corona Pelliconi

SI VOLEVA AFFERMARE QUESTO CONCETTO CON LA FRASE CHE SEGUE (QUELLASOTTOLINEATA)? assolutamente in espansione positiva, grazie anche alla paritenza delle attività cinesi.

D. Che cosa avete in cantiere per i prossimi mesi?

R. Nel 2017 sarà attivata una

terza linea di produzione per un investimento totale pari a 3 milioni di euro. A Suzhou, inoltre, disponiamo di un capannone da quasi 9.000 mq, dei quali solo 3.000 sono utilizzati. Questo la dice lunga su quello che abbiamo in mente per questo mercato, che attraversa una fase di grandissima espansione. Nei prossimi tre anni, inoltre, abbiamo in progetto un investimento abbastanza elevato che dovrebbe portare al raddoppio della capacità produttiva.

Per il momento la nostra idea è quella di rimanere a Suzhou, perché siamo abbastanza baricentrici rispetto alla maggioranza della nostra clientela e perché la città è posizionata in modo strategico per la logistica, essendo poco distante sia dal porto di Shanghai che dall'aeroporto che dalle altre infrastrutture. Per il momento è la posizione ideale.

D. Vi occupate anche di progetti diversi rispetto al vostro core business?

R. Pelliconi è molto attiva a livello culturale e cerca di sostenere la propria squadra di dipendenti. In Italia sponsorizziamo degli eventi sportivi, culturali, di musica, di arte. Questo rientra nel nostro bilancio di sostenibilità, che è certificato sin dal 2013. Anche in la Cina organizzeremo degli eventi per portare la cultura italiana, non solo quella industriale, ma anche quella legata all'arte e alla musica. (riproduzione riservata)