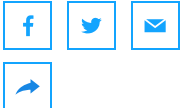
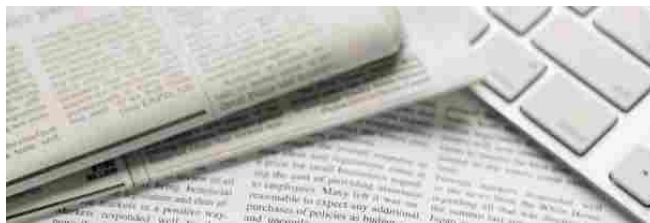


Condividi:



HOME / ADNKRONOS

Imprese: Amorim Cork Italia, bilancio 2020 regge a impatto pandemia



03 marzo 2021

a a

Roma, 3 mar. (Labitalia) - Il sughero è un prezioso alleato per la speranza verso il futuro. Con alle spalle un anno in cui la fiducia è stata messa a dura prova, Amorim Cork Italia ha deciso di investire su tecnologia e positività, per farsi trovare pronta quando tutto sarà passato. Nascono da questa prospettiva e da ben 585 milioni di tappi venduti le considerazioni sul bilancio di un anno difficile come il 2020. L'impatto non è mancato, i dati parlano di -9% fatturato e -4,2% in volume di produzione: "Comunque un'isola felice - afferma l'ad di Amorim Cork Italia, Carlos Veloso dos Santos - quando paragoniamo il nostro settore ad altri. Per noi è stata leggera anche la decrescita: 600, nel dettaglio, i nostri clienti di piccola dimensione che non hanno imbottigliato, questo vuol dire che siamo riusciti a generare tanti nuovi clienti".

L'azienda leader di produzione e distribuzione di tappi in sughero (e dalla fine dell'anno anche di quelli in vetro Vinolok), non ha mai fermato la produzione e non ha mai fatto un giorno di cassa integrazione, neanche durante il lockdown generale di aprile 2020. Il segreto è stato mettere in sicurezza le proprie risorse umane, tanto da non aver avuto alcun caso di contagi nei 3 screening tampone fatti ai collaboratori, e aver implementato il rapporto digitale con i propri clienti.

ALLARME



Dati pesantissimi e caos vaccini, bomba di Bertolaso: Italia verso la zona rossa

ANALISI DEI DATI



Dpcm, ecco le 24 province dove le scuole rischiano di chiudere

MINACCE

Busta con proiettili a Renzi. Iv insorge: risultato del clima d'odio

INVESTITO

Choc a Castelveverde, auto travolge un bambino all'uscita di scuola. Pirati in fuga

“Abbiamo cercato di rafforzare le relazioni con loro - dichiara Carlos Veloso dos Santos - e l'impegno in termini di consulenza e supporto è stato costante. Ora, la fiducia nel 2021 è alta, con la speranza che la primavera porti un quadro gradualmente migliore grazie alla vaccinazione della maggiore parte delle persone a rischio, che aiuterà ad allentare la pressione sulle strutture ospedaliere”.

L'impatto nell'anno a livello di performance rimane sicuramente importante. Amorim Cork Italia, per dimensioni e volume di vendita, è il riflesso del mercato e se i ristoranti e bar vengono chiusi i clienti orientati verso il canale HoReCa (Hotel, Ristoranti, Catering) non hanno lavorato, oppure hanno lavorato molto meno. Sono circa 600, poi, nel dettaglio, i clienti di Amorim Cork Italia di piccola dimensione che non hanno imbottigliato, mentre la Gdo (Grande distribuzione organizzata) è divenuta punto di riferimento e questo ha innegabilmente supportato il settore. Un altro valore di rilievo è la minore vendita di spumanti, mancando le occasioni conviviali e le celebrazioni, come vivere i recenti Natale e Capodanno in lockdown.

Per il 2021 l'intenzione è di recuperare i volumi persi e crescere leggermente in relazione al 2019. A far da traino sicuramente anche le due nuove e avanguardistiche tecnologie che allargano il portfolio prodotti e, se possibile, la perfezione sensoriale delle chiusure Amorim: XPÜR, processo che sfrutta la CO₂ nello stato supercritico per attraversare il sughero con un'estrazione spinta ma sempre in equilibrio con i concetti di purezza e naturalezza e Naturity processo interamente naturale che separa e rimuove il Tca e altri composti di deviazioni sensoriali dai tappi grazie a una combinazione unica di tempi, pressione, temperatura e acqua purificata.

Anche in termini di sostenibilità il terreno è già fertile per il 2021: il progetto Suber ha vinto il bando della Regione Veneto per creare il Museo d'impresa sostenibile, che prevede anche la visita virtuale degli stabilimenti. È già stato avviato un percorso formativo per lo staff che si occuperà di gestire il Museo di impresa, dove si andrà a valorizzare l'immagine del sughero, il tema del riciclo e la visione dell'azienda stessa, di cui si parlerà attraverso gli oggetti di design, ovvero prodotti inattesi rispetto alla normale produzione di tappi per packaging di valore.

In evidenza

