

## Comunicato stampa

### **Marchesini Group riapre le porte aziendali, in primavera tre eventi Open. Fatturato consolidato a 490 milioni (+9,1%) spinto da macchine per packaging vaccini e cosmetica**

**Pianoro (Bologna)** – Marchesini Group **riapre le porte** delle sue fabbriche e torna a investire in fiere italiane e grandi eventi aziendali riservati ai clienti, agli stakeholders e agli studenti. Nonostante il contesto di forte turbolenza sul fronte internazionale a causa del **conflitto in Ucraina**, oltretutto sul versante energetico e di reperibilità delle materie prime, il Gruppo auspica in questo modo un ritorno all'incontro *de visu* dopo i difficili anni della pandemia.

Dal 26 al 30 aprile, in parziale concomitanza con la fiera Cosmopack a Bologna, sarà organizzata la **prima Open House della divisione cosmetica**, che mostrerà agli ospiti la Beauty Division inaugurata lo scorso anno: 5.500 metri quadri in cui sono state concentrate le tecnologie e le maestranze legate al mondo del confezionamento dei prodotti cosmetici. Nei giorni della Open House i visitatori faranno la spola tra i padiglioni di BolognaFiere e gli stabilimenti di Pianoro, dove saranno condotti lungo percorsi tematici e prenderanno parte a momenti gastronomici e ludici, il modo migliore per **riprendere a vivere la socialità** anche in ambiente di lavoro.

Subito dopo la fine della Open House la logistica aziendale sarà riallestita per un ulteriore evento, battezzato **Open Door Pharma**: in contemporanea con la fiera Pharmintech di Milano (3-6 maggio), dal 2 al 6 maggio i cancelli degli stabilimenti di Pianoro resteranno aperti per gli ospiti delle industrie farmaceutiche.

Tra le iniziative in programma spicca il lancio del nuovo **progetto sulla sostenibilità aziendale**, valorizzato dalla presenza agli eventi Open di macchine che utilizzano nei cicli di confezionamento la carta invece che la plastica o la **plastica bio** al posto del normale PVC.

Chiuderanno il palinsesto i **Talent Open Days**, in programma dal 9 al 13 maggio: cinque giorni dedicati a scuole e Università, che permetteranno agli studenti degli istituti tecnici del territorio e delle Università di assistere dal vivo alle fasi della produzione e di parlare con coetanei in stage e specialisti.

“Dopo due anni di teleconferenze, di collaudi a distanza e di viaggi internazionali bloccati, finalmente torniamo a pianificare in azienda eventi fisici. Tra l’altro, una delle più importanti fiere del nostro settore, la tedesca Achema, quest’anno si svolgerà in agosto. Ne abbiamo approfittato per investire ancora di più in Italia” ha dichiarato **Valentina Marchesini**, membro del board di Marchesini Group. “Per tante persone non molto distanti da noi è un momento terribile; speriamo che il nostro ritorno alla convivialità possa essere di buon presagio”.

Le ritrovate aperture aziendali, da sempre apprezzate dagli addetti ai lavori, godranno anche del “booster” di fiducia prodotto dagli **ultimi dati aziendali**, che segnalano una forte incremento del business: il **fatturato consolidato 2021** è tornato a crescere fino a sfiorare il tetto dei **500 milioni di euro** (490 milioni, + 9,1% rispetto al 2020), generati per il 76% dall’export.

Parte di questa performance è riconducibile alla forte richiesta di linee per il **confezionamento dei vaccini anti-Covid**. Nel solo 2021 queste tecnologie hanno pesato sul fatturato consolidato per 46 milioni di euro, generati da ordini che includono linee e macchine singole che interessano tutto il processo di confezionamento dei sieri, dal riempimento in flaconi fino all’imballaggio in pallet.

Colpisce nel segno anche il segmento delle macchine per il confezionamento dei prodotti cosmetici, che negli ultimi anni si è affiancato a quello *core* del farmaceutico. Il peso crescente sul fatturato consolidato - **44 milioni di euro** (+8,9% rispetto al 2020) - è il frutto virtuoso di investimenti mirati nel settore: l'ultimo in ordine di tempo è stata la **creazione della Beauty Division aziendale**, che ha riorganizzato ed esteso la produzione dei marchi MG Beauty, Axomatic, V2 engineering, Cosmatic e Dumek. Nonostante il calo dell'interesse durante la pandemia per prodotti come i rossetti e le creme, la crescita del fatturato cosmetico ha confermato l'enorme interesse del pubblico, oramai non più solo femminile, per i prodotti di bellezza.

“I numeri ci dicono che in questi due anni, nonostante le difficoltà, siamo stati avveduti. Diverse dinamiche interne sono cambiate ma questo ci ha permesso, ad esempio, di capire che siamo in grado di assemblare una linea per il confezionamento di prodotti biologici in sei-otto mesi invece dei canonici dodici” ha sottolineato l'AD **Pietro Cassani**. “Quando tutto si stabilizzerà certe procedure resteranno, come alcuni collaudi a distanza, altre diventeranno una nuova norma come l'applicazione di orari flessibili per l'ingresso al lavoro nelle nostre sedi. La pandemia ha accelerato svolgimenti già in seno al mercato, che cambieranno ancora - enormemente - a seguito del conflitto in Ucraina. Continuare a praticare resilienza è l'unica soluzione possibile per tutti noi”.

**22 marzo 2022**