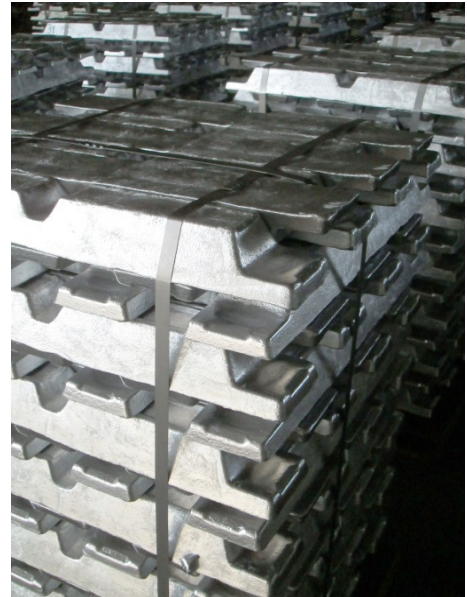


# L'EUTETTICO



## 1. Premessa

Il 2015 è iniziato a livello macroeconomico con gli echi dei contrasti geopolitici manifestatisi nel 2014, quali la crisi economico-sociale della Grecia con il conseguente braccio di ferro tra UE, BCE e Fondo Monetario Internazionale, piuttosto che la crisi diplomatica in merito alla Crimea e lo scontro USA-UE vs Russia.

Questo secondo contrasto geopolitico, soprattutto, ha generato un aumento dei costi di importazioni di matelli e alliganti dal blocco ex sovietico e il conseguente aumento delle leghe di alluminio.

Aumento che è stato ulteriormente amplificato, a partire da Febbraio 2015, dalle sopraggiunte crisi produttive di primari produttori italiani ed europei che hanno contribuito, de facto, a creare una condizione di mercato oligopolistica sbilanciata dalla parte dei produttori di leghe di alluminio soprattutto secondarie.

Guardando alle condizioni del mercato dell'alluminio nel breve e medio termine, le stime di Wood Mackenzie e di RBC Capital Markets indicano un aumento della domanda del 4.8% nel 2015, del 4.9% nel 2016, del 5.1% nel 2017 e 5.4% nel 2018.

L'offerta però è comunque stimata essere superiore all'aumento della domanda e fortemente sbilanciata nei confronti dell'offerta cinese. Da metà 2015 la Cina ha ridotto le importazioni di beni durevoli di quasi il 18% e attivato nuovi smelter per alimentare l'accresciuta richiesta di materia prima del mercato domestico.

Il continuo incremento della capacità produttiva Cinese, combinato all'au-

## Sommario

1. Premessa	1
2. Quadro macroeconomico e mercato di riferimento	2
3. Risultato economico esercizio 2015 - Sintesi	4
4. Obiettivi esercizio 2015 e risultati raggiunti	4
<i>Obiettivi strategici</i>	4
<i>Obiettivi economici</i>	4
<i>Obiettivi qualitativi</i>	5
<i>Obiettivi ambientali</i>	5
5. Obiettivi esercizio 2016	6
<i>Obiettivi strategici</i>	6
<i>Obiettivi economici</i>	6
<i>Obiettivi qualitativi</i>	6
<i>Obiettivi ambientali</i>	6

mento dell'export cinese di semi-lavorati e di prodotti finiti, ha contribuito nel 2015 e, contribuirà nei prossimi cinque anni, a mantenere il mercato mondiale dell'alluminio in una situazione di surplus di offerta con la conseguente pressione sui prezzi stimati rimanere sui livelli di fine 2015 almeno fino almeno a metà 2016.

Stime di Wood Mackenzie e di RBC Capital Market attesterebbero un aumento della capacità produttiva mondiale di 14,9 MI di Ton nel 2019, delle quali 12,1 MI di Ton solo in Cina.

Region	Smelter	2015	2016	2017	2018	2019
Abu Dhabi	Taweelah	116	122	122	122	122
Canada	Kitimat	138	138	138	138	138
Cina *	x 21 Plants	3.097	5.426	8.104	9.652	12.142
Malaysia	Samaiaju	20	88	225	225	225
Russia **	x 2 Plants	27	124	210	614	1.108
Other	<100 Ktpa	1.698	2.047	810	1.093	1.166
<b>Aluminium Sub-Total</b>		<b>5.096</b>	<b>7.945</b>	<b>9.609</b>	<b>11.844</b>	<b>14.901</b>

\* Langzhou / Wujiacu City / Changii / Fukang City / Dalang / Changii / Baiyin City / Xining City / Changjimanasi / Dongxing Aluminium / Shihezi / Qitai County / Gansu Halu / Yulin / Huolingue / Zhongning County / Erduosi / Datong County / Suyuan / Weiqiao / Chenggong County

\*\* Boguchanskoye / Taishget-Irkutsk

*Global Aluminium Production Increases (Compared to 2014; '000 tonnes)*

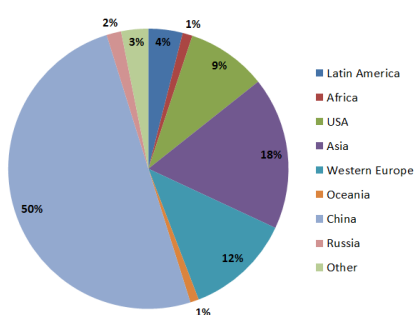
*Fonte: Wood Mackenzie e di RBC Capital Market*

## 2. Quadro macroeconomico e mercato di riferimento

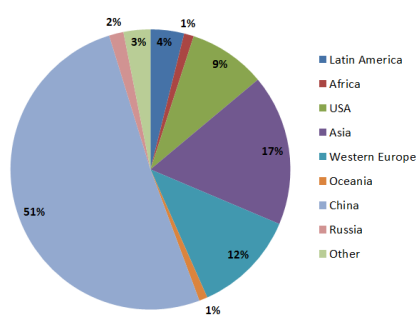
L'outlook per il 2019 prevede a livello mondiale una capacità produttiva che aumenterà fino ad arrivare a circa 80 MI di Ton a fronte di una domanda che si stima si attesterà sempre nel 2019 sui 68 MI di Ton, con un surplus netto di circa 12 MI di Tonnellate.

Guardando al breve-medio termine, comparando i dati sia di produzione che di consumo a livello mondiale del 2015 e le stime del 2016 e 2017, in un quadro di generale aumento, si osserva un incremento della % della quota cinese sul resto del mondo; In termini di consumo di alluminio primario, sul totale mondiale, la Cina passa da una quota del 50% nel 2015, ad una di 51% nel 2016 per attestarsi al 52% nel 2017. In termini di produzione di alluminio primario, sul totale mondiale, la Cina passa da una quota del 53% nel 2015, ad una di 54% nel 2016 per attestarsi al 55% nel 2017.

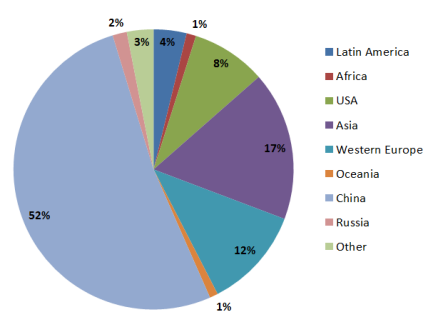
2015 Global Primary Aluminium Consumption



2016 Global Primary Aluminium Consumption

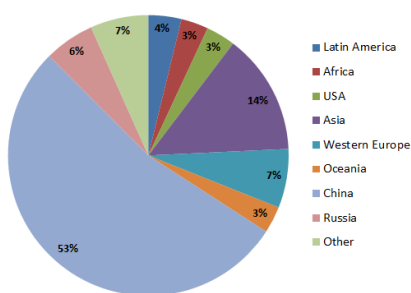


2017 Global Primary Aluminium Consumption

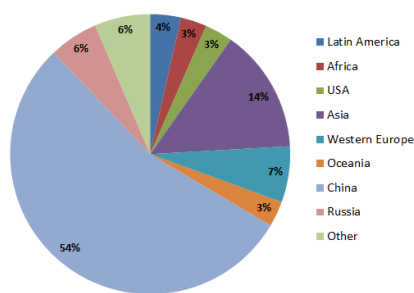


*Fonte: Wood Mackenzie e di RBC Capital Markets*

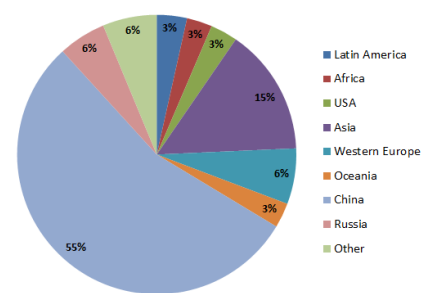
2015 Global Primary Aluminium Production



2016 Global Primary Aluminium Production



2017 Global Primary Aluminium Production



*Fonte: Wood Mackenzie e di RBC Capital Markets*

*In termini di consumo di alluminio primario, sul totale mondiale, la Cina passa da una quota del 50% nel 2015, ad una di 51% nel 2016 per attestarsi al 52% nel 2017. In termini di produzione di alluminio primario, sul totale mondiale, la Cina passa da una quota del 53% nel 2015, ad una di 54% nel 2016 per attestarsi al 55% nel 2017.*

Se da un lato l'occidente nei prossimi anni sembra destinato a dover operare in una situazione di eccesso di offerta a causa del surplus della produzione e degli stock cinesi di alluminio grezzo e di semilavorati overseas, dall'altro lato il mercato del consumo dell'alluminio è previsto in crescita soprattutto grazie al settore a maggiore utilizzo di alluminio, ossia quello dell'automotive.

Diversi studi a livello europeo e, non da ultimo quello commissionato dalla Commissione Europea "*Comprehensive analysis of the evolution of the automotive sector in Europe*", ne individuano le principali direzioni di cambiamento.

**Cambiamenti sociali e di evoluzione della domanda** - Il bisogno di mobilità è previsto rimanere elevato nelle economie mature, soprattutto considerando che:

1. Le distanze tra abitazioni e posto di lavoro sono destinate ad aumentare, anche ad effetto della crisi economica degli ultimi anni,
2. Le economie europee meno sviluppate vedranno un afflusso di capitali investiti in aziende produttive con la conseguente maggiore disponibilità economica e crescita di domanda di autovetture.
3. Il bisogno di mobilità è previsto venga accompagnato da pressioni e aspirazioni legate all'inquinamento dell'ambiente, all'urbanizzazione del territorio, alla domanda di differenziazione sociale, all'aumento del costo dell'energia.

**Tecnologie emergenti** - Da sempre tra i settori più innovativi, le innovazioni tecnologiche nel settore automotive si concentreranno sull'elettronica, sull'ICT, su nuovi materiali compositi e comunque leggeri come l'alluminio, e su nuove forme di propulsione non-fossili.

**Strategie delle aziende** - I produttori specialisti, soprattutto quelli con elevata propensione all'esportazione, punteranno sempre più ad offrire un'ampia gamma di modelli caratterizzato da un elevato contenuto di innovazione.

**Politiche e regolamentazioni** - L'accresciuta sensibilità ambientale ed i vari accordi sovranazionali, non ultimo quello di Kyoto (1997), stimolerà sempre più politiche fiscali e leggi con un forte impatto sulla catena del valore. Ha già portato e porterà sempre più ad una spinta regolamentativa e ad orientamenti politici volti a stimolare limitazioni delle emissioni inquinanti (CO2 ...) e minori consumi energetici



Cambiamenti sociali e di evoluzione della domanda	Tecnologie emergenti	Strategie delle aziende
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bisogno di mobilità</li> <li>• Crescente disparità sociale</li> <li>• Urbanizzazione</li> <li>• Sensibilizzazione verso l'inquinamento ambientale e il consumo di energia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ICT (Inclinazione alle nanotecnologie)</li> <li>• Nuovi materiali</li> <li>• Nuovi sistemi di propulsione (idrogeno, elettrico ...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internazionalizzazione</li> <li>• Fusioni ed acquisizioni</li> <li>• Scelte di marketing</li> <li>• Politiche orientate all'innovazione vs contenimento dei costi</li> </ul>
<b>Politiche e regolamentazioni *</b>		
Politiche e regolamentazioni orientate all'ambiente, al consumo di energia, alla sicurezza. Eco-tasse, incentivi R&D * <i>Fattori interagenti con i primi tre</i>		

Variabile	Obiettivo	
Ton/Anno	+20%	Ok
EBT/Fatt.	+10%	Ok

### 3. Risultato economico esercizio 2015 - Sintesi

Nell'esercizio 2015, nonostante un contesto di mercato incerto e turbolento, Aluphoenix Srl ha perseguito e raggiunto i propri obiettivi economici ottenendo un risultato soddisfacente.

E' stata quasi raggiunta la piena saturazione dell'impianto di Galliera Veneta (PD) e raggiunto l'obiettivo (ECO.T.02) in termini di Ton/Anno.

E' stato poi raggiunto l'obiettivo di mantenere il rapporto EBT/Fatturato del 2014 (ECO.T.01) grazie ad un +25% rispetto al dato del 2014.

*Nell'esercizio 2015 Aluphoenix Srl ha raggiunto e superato gli obiettivi economici proposti grazie al raggiungimento della quasi saturazione della capacità produttiva del sito di Galliera Veneta (PD)*

### 4. Obiettivi esercizio 2015 e risultati raggiunti



#### Obiettivi strategici

L'obiettivo di raddoppiare la quota export sul totale fatturato (STR.T.01) rispetto al 2014 è stata ampiamente raggiunta arrivando quasi alla triplicazione.

A Maggio 2015, con tre mesi di anticipo rispetto alla pianificazione, è stato definito il business plan per l'acquisto del nuovo sito produttivo (STR.T.02) e ad Agosto 2015 è stato perfezionato l'acquisto.

Il nuovo sito produttivo Aluphoenix Srl sorgerà nella zona industriale di Riese Pio X (TV).

#### Obiettivi economici

Gli obiettivi economici posti per il 2015 sono stati raggiunti; la marginalità è aumentata nonostante da Settembre 2015 il mercato abbia subito una pesante diminuzione dei volumi e un drastico calo dei prezzi, con la conseguente contrazione dei margini, sia a causa del succitato calo dell'import cinese di prodotti finiti e semilavorati europei, sia a causa dell'effetto psicologico generato dallo scandalo *diesel gate* a livello europeo.

Nella seconda metà del 2015, l'eccesso di offerta di alluminio grezzo assieme alla chiusura degli smelter meno efficienti per nel 2015 a circa 974.000 Ton, con un outlook di 2,1 MI di Ton in tutto il mondo entro il 2019, hanno determinato corsi LME e premi oltremodo contenuti.

Questo ha consentito ad Aluphoenix Srl di sbilanciare, ancor più di quanto fatto in precedenza, il marketing mix della materia prima utilizzata verso prodotti LME registered a scapito degli sfridi puliti, aumentando al contempo l'efficienza produttiva.

Dal punto di vista del ciclo attivo, nel 2015 si sono consolidate le vendite all'estero fino a superare la quota del 20% del fatturato.



Region	Smelter	2015	2016	2017	2018	2019
Australia	Point Henry	-63	-63	-63	-63	-63
Brazil	Ouro Preto	-64	-64	-64	-64	-64
Brazil	Pocos de Caldas	-48	-96	-96	-96	-96
China	Pingguo	-140	-140	-140	-140	-140
China	Zibo City	-75	-75	-75	-75	-75
China	Hejin City	-120	-120	-120	-120	-120
China	Other	0	0	0	-216	-1.032
Italy	Porto Vesme	-75	-75	-75	-75	-75
USA	Hannibal	-268	-268	-268	-268	-268
Other	<50 Ktpa	-121	-145	-145	-145	-145
<b>Aluminium Sub-Total</b>		<b>-974</b>	<b>-1.046</b>	<b>-1.046</b>	<b>-1.262</b>	<b>-2.078</b>

*Global Aluminium Production Decreases (Compared to 2014; '000 tonnes)*

*Fonte: Wood Mackenzie e di RBC Capital Market*

### *Obiettivi qualitativi*

L'obiettivo di mantenere la valutazione 2014 della soddisfazione dei Clienti (QUA.T.01) è stato raggiunto attestandosi su un punteggio di 87.90% / 100%.

Nel 2015 sono state effettuate almeno due attività di formazione sul sistema di gestione per la qualità e per l'ambiente (QUA.T.02).

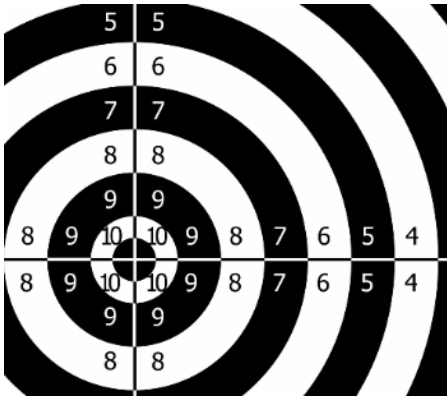
A Dicembre 2015 la verifica di sorveglianza del sistema di gestione per la qualità certificato in conformità allo schema ISO 9001:2008 ha dato esito positivo e non ha rilevato alcuna non conformità (QUA.T.03).



### *Obiettivi ambientali*

Le autoanalisi effettuate nel 2015 in conformità al CP04 Rev.02 Mod.00 "*Piano di controllo dei fattori di impatto e degli effetti ambientali*" sono risultate conformi ai limiti di legge (ENV.T.01) e migliorative rispetto ai livelli registrati nel 2014. Questo come effetto positivo sia dell'applicazione di processi interni rivisti nei parametri e nelle sequenze di attività, sia delle attività di formazione e addestramento del personale di reparto nella conduzione degli impianti e nella carica dei materiali.

A Dicembre 2015 la verifica di sorveglianza del sistema di gestione per l'ambiente certificato in conformità allo schema ISO 14001:2004 ha dato esito positivo e non ha rilevato alcuna non conformità (ENV.T.02).



## 5. Obiettivi esercizio 2016

### *Obiettivi strategici*

La Direzione Aluphoenix Srl ha posto i seguenti obiettivi strategici da completare entro il 2016:

1. Completamento del nuovo sito produttivo di Riese Pio X (TV) e raggiungimento della sua piena operatività dal punto di vista edile, tecnologico ed autorizzativo,
2. Completamento del nuovo ERP ridefinito nel DBMS e nell'interfaccia utente, con i moduli RM (Relationship management),
3. Individuazione e attivazione di nuovi canali di approvvigionamento di materia prima atti ad alimentare la capacità produttiva del nuovo sito produttivo,
4. Incremento penetrazione commerciale nel settore automotive tramite l'ottenimento della qualifica come fornitore diretto di almeno un nuovo primario gruppo automotive europeo.

### *Obiettivi economici*

Sono stati posti i seguenti obiettivi economici per l'esercizio 2016:

1. Consolidamento del rapporto EBT/Turnover rispetto al dato del 2015:  $[(EBT\ 2016 / EBT\ 2015) > 1]$ ,
2. Mantenimento della piena utilizzazione in termini di Ton/anno prodotte dell'impianto di Galliera Veneta (PD):  $[(Ton\ Anno\ 2016 / Ton\ Potenziali) \cong 1]$ ,
3. Aumento quota export:  $[(Turnover\ Estero\ 2016 / Turnover\ Totale\ 2016) > (Turnover\ Estero\ 2015 + 20\%)]$ .

### *Obiettivi qualitativi*

Per il 2016 Aluphoenix Srl pone un unico rilevante obiettivo qualitativo, propedeutico al raggiungimento dell'obiettivo strategico nr. 4, ossia di certificare il proprio sistema integrato per la qualità e per l'ambiente anche secondo lo schema IAF, ISO TS 16949:2009.

Trattasi dello schema di gestione aziendale per la qualità specifico per la filiera del settore automotive, caratterizzato da un diffuso e massivo utilizzo di tecniche statistiche di gestione dei processi e di condivisione delle informazioni tra tutte le funzioni aziendali.

### *Obiettivi ambientali*

Dal punto di vista ambientale non sono previsti ulteriori investimenti dopo il sistema di depurazione chimico-fisico delle acque effettuato nel 2014, e il rifacimento dei filtri a maniche in uscita dal Camino.01 effettuato nel 2015.

Gli obiettivi ambientali per il 2016 sono:

1. Espletamento delle migliorie e adempimenti previsti dalla revisione dell'Autorizzazione integrata aziendale di Dicembre 2015,
2. Mantenimento della conformità delle analisi ambientali, sia realizzate autonomamente in ottemperanza del piano di monitoraggio e controllo previsto dall'A.I.A / 2015 che eventualmente effettuate dagli organismi di monitoraggio ambientale.

**Aluphoenix Srl**  
Via Statue 127  
35015, Galliera V.ta (Pd)  
P.Iva e c.f. 03559100247