

VICENZA

MB punta i riflettori ai Mondiali 2010

Le benne frantoio MB impegnate nella costruzione dello stadio di Johannesburg

Ai prossimi mondiali di calcio che si svolgeranno in Sud Africa nel 2010 l'Italia sarà tra i protagonisti più applauditi. E' infatti vicentina l'azienda che ha fornito le macchine per la costruzione del nuovo stadio di Johannesburg. Le benne frantoio di MB s.p.a. sono attualmente impiegate nel cantiere del Soccer City Stadium, lo stadio che l'11 luglio 2010 ospiterà le forti emozioni della finale dei mondiali di calcio. "Quando insieme al nostro distributore per il Sud Africa, High Power Equipment Africa, siamo riusciti a fornire le benne frantoio per la costruzione dello stadio dove si svolgerà la cerimonia di apertura e chiusura dei mondiali 2010" commenta l'a.d. di MB s.p.a. Guido Azzolin "abbiamo provato



Guido Azzolin

una grande soddisfazione. Una sorpresa che ci ha reso orgogliosi dei nostri prodotti e fieri di poter portare un pezzo di italianità in questo grande evento mondiale". Tutto nasce quando, dopo numerose visite nei grandi cantieri edili di Johannesburg, l'azienda ha sco-

perto che il grande agglomerato in costruzione per i mondiali stava producendo molti scarti di materiale inerte; da qui l'idea di proporre la benna frantoio, idea accolta dalla direzione dei lavori con grande interesse, ben al di là di ogni aspettativa. "Ed è proprio con orgoglio - aggiunge Azzolin - che oggi possiamo dire e dimostrare che gli italiani hanno tanto da dare al mondo, anche e soprattutto in occasione di questi grandi eventi". L'ad Guido Azzolin conclude: "In un periodo di crisi dell'economia globale come quello che stiamo attraversando, le nostre macchine a Johannesburg dimostrano che le aziende possono ottenere posizioni di rilievo anche in settori elitari come quello delle grandi costruzioni".

CARICHE

Perdomi promosso vice presidente

Il Consiglio di Amministrazione del Gruppo Salmoiraghi & Viganò ha assegnato la carica di vice presidente a Riccardo Perdomi. Perdomi, lascia gli incarichi di direttore generale e di amministratore delegato di Salmoiraghi & Viganò per affiancare il presidente, Dino Tabacchi, nelle attività che vanno dallo sviluppo dei rapporti istituzionali alle strategie di espansione del gruppo. "Ringrazio Riccardo Perdomi per l'eccellente lavoro svolto per questa azienda - dichiara l'ing. Dino Tabacchi, presidente del gruppo Salmoiraghi & Viganò - Ha preso in mano le redini di una realtà già leader, dimostrando grandi capacità manageriali nel guidarla anche nei momenti difficili di mercato e operazioni di management buy out, mantenendone e rafforzandone la leadership. Sono quindi molto contento di essermi assicurato la sua collaborazione nel delineare le linee strategiche future della società". "Dopo 25 anni in Salmoiraghi & Viganò e 40 anni di lavoro sono davvero entusiasmato dal nuovo incarico. Continuare a contribuire allo sviluppo di questa azienda e trovare nuove alternative e alleanze per farne un polo di aggregazione per il mercato dell'ottica italiano sarà la mia più importante mission. Già da tempo mi dedicavo ad attività più strategiche e sono oggi felice di passare il testimone operativo ai colleghi che mi hanno affiancato egregiamente in questi anni" commenta l'ing. Riccardo Perdomi.

MILANO

Henkel avverte la crisi economica

La contrazione della domanda grava sul primo trimestre

"All'inizio del nuovo esercizio, il persistere della difficile situazione economica mondiale si è fatto percepire anche alla Henkel, dove nel primo trimestre del 2009 si è registrato un andamento molto differenziato delle nostre attività", ha dichiarato Kasper Rorsted, Presidente del Comitato Direttivo di Henkel. "Le divisioni Detersivi e Cosmetica/Igiene personale hanno continuato a dare risultati molto positivi, mentre le attività del settore Adesivi e Tecnologie sono state influenzate dalla problematica congiuntura globale che ha colpito importanti industrie acquirenti." Rorsted ha aggiunto: "La fase iniziale del 2009 non ci ha riservato una partenza soddisfacente. Siamo però

convinti che, grazie all'introduzione tempestiva di contromisure e alla nostra solida posizione finanziaria, usciremo rafforzati da un contesto che rimane difficile." Nel primo trimestre del 2009 Henkel ha incrementato il proprio fatturato del 3,1% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, totalizzando 3.258 milioni di euro. L'aumento è riconducibile in gran parte all'acquisizione delle attività National Starch, avvenuta nell'aprile del 2008. Da un punto di vista organico, e cioè depurato dagli effetti di cambio e dalle acquisizioni/cessioni, il fatturato è diminuito del 7,0% in un contesto di mercato complessivamente difficile. Depurato dagli effetti di cambio, il fatturato è cresciuto del

3,8%. L'andamento delle attività nei tre segmenti aziendali si è rivelato molto differenziato. Mentre il business al consumo rappresentato dalla Divisione Detersivi e - in modo particolare - dalla Divisione Cosmetica/Igiene personale ha fatto registrare ancora una volta tassi di crescita organica del fatturato molto positivi, pari rispettivamente allo 0,4% e 3,5%, la Divisione Adesivi e Tecnologie (Adhesive Technologies) ha risentito della difficile situazione mondiale che ha interessato importanti industrie clienti. Tale contesto si riflette in un calo organico del fatturato pari al 18,2%. Il margine EBIT ammonta al 6,7% e il margine EBIT depurato si è ridotto, slittando dal 10,1% al 7,2%.