

24

**ORE  
BACK TO WORK**

**MATCHING DEAL**

Informazioni preliminari  
**Azienda A4**

**27 ottobre 2016 – h.17.30**

Il Sole 24 Ore - Via Monte Rosa 91 - Milano

---

- La Società è una startup che intende **valorizzare a livello industriale i risultati** ottenuti a livello prototipale nel corso di anni di **attività R&S** realizzata da uno dei Soci che opera da 40 anni nel settore delle materie plastiche.
- L'obiettivo specifico è l'**industrializzazione** di una serie di **innovativi film compostabili e/o biobased**, basati sull'**acido poliattico (PLA)\*** e ottenuti con:
  - 1) L'impiego di miscele tra materie prime biodegradabili e additivi di nuova generazione;
  - 2) La modifica dell'architettura di processo di impianti di produzione tradizionalmente utilizzati per le materie plastiche.
- I settori a cui si rivolge l'azienda sono il **settore cartotecnico**, il **packaging alimentare** e la **ristorazione collettiva** (pasti prozionati).

\* L'acido polilattico (PLA) è un poliestere ricavato da amido di mais o da canna da zucchero

L'offerta di prodotti e servizi della startup permette di realizzare:

**Innovazione di prodotto:** con la produzione di film basati su PLA completamente bio-degradabili e/o bio-based, realizzati mediante la combinazione del PLA con plastificanti/coadiuvanti biodegradabili e/o biobased di nuova generazione. A seconda delle quantità e tipologie di additivi non bio-degradabili impiegati è possibile ottenere film secondo la norma UNI\_EN13432 o solamente biobased (non biodegradabile).

**Innovazione di processo:** il progetto prevede l'impiego della tecnologia di biorientazione in bolla del film con modalità blow-down che non è disponibile sul mercato (l'impianto produttivo sarà realizzato sulla base di specifiche fornite direttamente dai soci) e garantisce flessibilità nei cambi ricetta e formati grazie anche ad un moderato output. Tale configurazione risulterà idonea alla produzione di lotti di piccole dimensioni, pur mantenendo una buona economicità di esercizio.

I settori a cui si rivolge l'azienda sono parte del **mercato globale degli imballaggi** che vede una crescita da 670\$ miliardi nel 2010 a 820 \$ ml nel 2016 e una conseguente aumento nella produzione di bioplastiche.

Produzione di bioplastiche (biodegradabili e bio-based) destinate ai settori dell'imballaggio

**2013**  
1,1 milioni di tonnellate  
*di cui materie prime PLA based:*  
**140.000 tons**



Fonte:  
European  
Bioplastic

**2018**  
5,4 milioni di tonnellate  
*di cui materie prime PLA based:*  
**325.000 tons**

La velocità di crescita delle materie PLA based è decisamente inferiore rispetto a quella del comparto generale, avvalorando l'ipotesi secondo cui **il mercato alimentato dalle materie prime PLA based continuerà ad essere un mercato di nicchia**, troppo frammentato per essere ritenuto interessante dai big players.

*Ne segue che:*

- Il mercato dei film basati sul PLA compostabile e/o bio-based può essere considerato un **oligopolio**, dominato da pochi grandi produttori internazionali;
- Le principali **barriere all'ingresso** sono rappresentate dal confronto con realtà di tale entità che detengono un posizionamento consolidato sul mercato e considerando il volume delle loro produzioni possono beneficiare di notevoli economie di scala;
- La proponente grazie **alla flessibilità del proprio impianto** nonché all'innovatività del prodotto **potrà aggredire nicchie di mercato** ad oggi non raggiunte dai grossi players.

La **politica di prezzo** sarà differenziata a seconda dei diversi ambiti applicativi a cui sarà destinato il film.

- Il **prezzo unitario** (per tonnellata) è stato fissato ad un livello tale da poter garantire la congruità del margine rispetto al costo di produzione, considerando un mark-up sul costo della materia prima che va dal 57% (relativamente ai film per finestratura sacchetti di carta) al 10% (film per interi fogli).
- Il secondo criterio tenuto in considerazione, da cui deriva la differenziazione dei prezzi sopra menzionata, è rappresentato dal prezzo dei prodotti sostitutivi ad oggi presenti sul mercato. Infatti anche se **non esiste un competitor diretto** del prodotto, è doveroso considerare il **pricing** relativo ai **prodotti ad oggi impiegati per espletare le medesime funzioni** (ad esempio, film in polipropilene)a

- L'**attività commerciale** verrà portata avanti mediante canali di vendita diversi a seconda del mercato di riferimento.
- Nei primi anni, il canale di contatto e di vendita con i clienti nei primi 2 anni sarà esclusivamente di **tipo diretto** grazie alla rete dei soci (portafoglio clienti con circa **50 aziende tra client e prospect** nell'industria italiana ed europea dei settori di interesse) e a cura del socio fondatore che opera da oltre 40 anni nel settore;
- A partire dal terzo anno **l'attività sarà potenziata** mediante il coinvolgimento di **agenti** retribuiti mediante provvigioni.
- L'attività commerciale rivolta al **mercato europeo** verrà portata avanti esclusivamente tramite agenti e aziende con presenza consolidata nei vari mercati (Germania, Spagna) che opereranno da reseller.

