

ICF festeggia il centenario a Piazza Affari

L'ad Guido Cami racconta la quotazione della società di adesivi

“La storia di **Industrie Chimiche Forestali** è nata 100 anni fa con una concessione dei Savoia alla famiglia Girardi per il taglio del legname sul Lago Maggiore. Un componente della famiglia aveva qualche competenza nel campo della chimica (si dice fosse farmacista) e capi che dalla resina potevano estrarsi delle colle. Nel 2017 abbiamo fatturato quasi 80 milioni di euro producendo adesivi per tre settori principali spedendo i nostri prodotti in tutto il mondo. In questi anni abbiamo dimostrato di saper crescere in maniera sostenibile e costante. Con la quotazione in Borsa di quest'anno abbiamo dimostrato anche di sapere dialogare con i mercati finanziari e confermato l'intenzione di crescere ancora, sia in maniera organica che per linee esterne”.

Guido Cami, presidente e amministratore delegato di ICF Group (la società quotata che detiene il 100% di Industrie Chimiche Forestali), è stato uno dei motori principali della crescita e trasformazione della società degli ultimi anni. Ci racconta con orgoglio il percorso del gruppo.



“**Luciano Buratti**, un ex manager dell'Eni che aveva rilevato l'impresa nel 1999 dalla famiglia Girardi ha avviato la “managerializzazione” e mi chiamò a guidare le Forestali nel 2009. L'azienda era reduce da un periodo di crisi dovuta al crollo del mercato di sbocco, fatturava 43 milioni di euro, con una bassa marginalità e molti debiti (si arrivò a 27,1 milioni a fine 2015). Serviva una operazione di rilancio industriale che avviammo già dal 2010 intensificando le esportazioni ed entrando in nuovi mercati. Nel 2014 avvenne la cessione al fondo **Mandarin Capital Partners** mentre nel 2016 entrò nel capitale anche **Progressio SGR**.

Due direttive principali hanno guidato la mia gestione: l'**espansione geografica** e la **diversificazione sul fronte del prodotto**. Nel 2009 il mercato domestico copriva il 41% del fatturato complessivamente pari a 43 milioni di euro. Oggi la percentuale di vendite in Italia è sceso al 32% a fronte di un fatturato nel 2017 pari a circa 79 milioni di euro. Siamo presenti in tutte le aree del globo, dall'America al Far East, dalla Russia al Sud Africa. Al tempo stesso al nostro core business storico, ossia la produzione e vendita di adesivi per le calzature e per la pelletteria, abbiamo affiancato attività importanti nel settore automobilistico e in quello del packaging flessibile. I nostri adesivi tengono unite le suole alle tomaie delle scarpe, ma sono presenti anche nelle borse e “assiemanò” le componenti del tettuccio interno delle auto, l'headliner. Se si prende una confezione di pasta, essa è composta da tre fogli, uno per l'interno, uno per l'esterno e uno intermedio che impedisce il passaggio dell'umidità. I nostri adesivi tengono insieme queste tre componenti. Mi piace dire che siamo invisibili, ma dappertutto”.

Come è articolato il mercato globale degli adesivi e come è posizionato ICF Group?

“I più recenti dati tratti dall'**Arkema Capital Markets Day 2017** ci dicono che il mercato degli adesivi e dei sigillanti lo scorso anno 2017 valeva complessivamente 50 miliardi di euro. Meno del 30% era occupato da 4 colossi come Henkel, Sika, HB Fuller e Bostik, ma il 50% circa del mercato era invece impegnato da società con meno di 100 milioni di euro di fatturato. I piccoli hanno il pregio di essere molto elastici, ma devono

dimostrare ai clienti di sapere essere molto affidabili: una scarpa o una borsa che si scollano danneggiano gravemente tutta l'impresa che le produce. Così abbiamo certificato al massimo i nostri prodotti e i nostri processi su molteplici fronti dalla qualità, all'ambiente, alla sicurezza: con la crescente attenzione alla sostenibilità e alle filiere si tratta d'altronde di un fattore competitivo sempre più rilevante”.

Quest'anno vi siete quotati dopo una business combination con la SPAC EPS EQUITA PEP, come avete deciso di approdare in Borsa?

“La nostra crescita ha attirato l'attenzione e un anno fa sono giunte delle offerte da un fondo straniero. L'operazione però prevedeva un elevato indebitamento e questo avrebbe potuto rendere troppo fragile la società. Sono giunte anche offerte da multinazionali europee, ma in questo caso il timore era che dopo pochi anni, acquisito il concorrente e le sue competenze, si giungesse alla chiusura della Società, come spesso avviene. Così ho cercato un'alternativa che garantisse la continuità dell'azienda. L'occasione è giunta proprio da **Private Equity Partners**: si trattava di un nostro socio di minoranza che però aveva sponsorizzato insieme ad Equita una Spac (EPS PEP Spac) quotata l'anno scorso in Borsa e che aveva raccolto circa 150 milioni di euro sul mercato. Ne bastavano una settantina circa per comprare Forestali. L'idea è piaciuta e così, dopo un processo di due diligence, ci siamo quotati tramite la Business Combination con EPS”.

Apprendere il linguaggio dei mercati è stato complesso per voi?

“Sul piano gestionale avevamo già un'organizzazione raffinata da anni di amministrazione attenta. Il lavoro svolto dal CFO Massimo Rancilio è stato eccellente e ci permette di sorvegliare tutti i parametri economici e gestionali. Più sfidante il lavoro (ancora in corso per certi versi) su codice etico e internal dealing, ma amiamo le sfide. Detto questo ci confrontiamo da anni con i soggetti finanziari che in vario modo hanno contribuito al nostro sviluppo. Essere quotati però nel nostro settore non è comune e questo ci ha garantito un certo appeal e prestigio tra fornitori e clienti”.

Adesso i soci principali sono Nextam Partners SGR con l'8,2% e Amundi SGR con il 5,3%. A essi si aggiungono lei con altri 11 manager (3,4% circa in totale) e PEP (3,8%), un 7% abbondante di nocciolo duro che si è volontariamente vincolato a ICF per almeno altri 3 anni... quali saranno le prossime mosse?

“Vogliamo crescere ancora sia per linee interne che esterne. Ci guardiamo intorno e siamo pronti a nuove aggregazioni con soggetti compatibili e complementari con il nostro business: l'obiettivo è accrescere la nostra massa critica al fine di diventare un attore sempre più importante nei nostri rami di attività. Le prospettive e le competenze ci sono, siamo ottimisti”.

Focus Small Cap

[Home page](#) [I protagonisti](#) [Strumenti](#) [Indici](#) [Notizie dalle agenzie](#)

I PROTAGONISTI

ICF FESTEggia IL CENTENARIO A PIAZZA AFFARI

11 Set 2018 - 09:01

L'ad Guido Cami racconta la quotazione della società di adesivi

"La storia di **Industrie Chimiche Forestali** è nata 100 anni fa con una concessione dei Savoia alla famiglia Girardi per il taglio del legname sul Lago Maggiore. Un componente della famiglia aveva qualche competenza nel campo della chimica (si dice fosse farmacista) e capi che dalla resina potevano estrarsi delle colle. Nel 2017 abbiamo fatturato quasi 80 milioni di euro producendo adesivi per tre settori principali spedendo i nostri prodotti in tutto il mondo. In questi anni abbiamo dimostrato di saper crescere in maniera sostenibile e costante. Con la quotazione in Borsa di quest'anno abbiamo dimostrato anche di sapere dialogare con i mercati finanziari e confermato l'intenzione di crescere ancora, sia in maniera organica che per linee esterne".

Guido Cami, presidente e amministratore delegato di ICF Group (la società quotata che detiene il 100% di Industrie Chimiche Forestali), è stato uno dei motori principali della crescita e trasformazione della società degli ultimi anni. Ci racconta con orgoglio il percorso del gruppo.



"**Luciano Buratti**, un ex manager dell'Eni che aveva rilevato l'impresa nel 1999 dalla famiglia Girardi ha avviato la "managerializzazione" e mi chiamò a guidare le Forestali nel 2009. L'azienda era reduce da un periodo di crisi dovuta al crollo del mercato di sbocco, fatturava 43 milioni di euro, con una bassa marginalità e molti debiti (si arrivò a 27,1 milioni a fine 2015). Serviva una operazione di rilancio industriale che avviammo già dal 2010 intensificando le esportazioni ed entrando in nuovi mercati. Nel 2014 avvenne la cessione al fondo **Mandarin Capital Partners** mentre nel 2016 entrò nel capitale anche **Progressio SGR**.

Due direttive principali hanno guidato la mia gestione: l'**espansione geografica** e la **diversificazione sul fronte del prodotto**. Nel 2009 il mercato domestico copriva il 41% del fatturato complessivamente pari a 43 milioni di euro. Oggi la percentuale di vendite in Italia è sceso al 32% a fronte di un fatturato nel 2017 pari a circa 79 milioni di euro. Siamo presenti in tutte le aree del globo, dall'America al Far East, dalla Russia al Sud Africa. Al tempo stesso al nostro core business storico, ossia la produzione e vendita di adesivi per le calzature e per la pelletteria, abbiamo affiancato attività importanti nel settore automobilistico e in quello del packaging flessibile. I nostri adesivi tengono unite le suole alle tomaie delle scarpe, ma sono presenti anche nelle borse e "assiemanò" le componenti del tettuccio interno delle auto, l'headliner. Se si prende una