**Fatturato record per LIQUI MOLY, ma con una crescita più lenta**

Conflitti commerciali, Rublo debole e costo del grezzo frenano lo specialista tedesco di oli e additivi

**Dicembre 2018 – Anche nel primo anno sotto l’egida del Gruppo Würth, LIQUI MOLY registra un nuovo record di fatturato. Ma la curva di crescita si è abbassata rispetto a prima. Lo specialista tedesco di oli e additivi ha registrato nel 2018 544 milioni di Euro e quindi solo un 2% in più rispetto all’anno precedente. “Le guerre commerciali internazionali, l’estate calda e gli aumenti dei costi, tra cui soprattutto i costi del grezzo in drammatica ascesa,hanno raffreddato in modo evidente la nostra crescita di fatturato e ricavo“, ha affermato Ernst Prost, amministratore delegato di LIQUI  MOLY.**

Se gli anni precedenti sono stati contrassegnati da alte percentuali di crescita, il 2018 è trascorso in maniera moderata – con un’unica eccezione: il mese di ottobre, con quasi 54 milioni di Euro di fatturato e una crescita del 34% si è rivelato il mese con il migliore risultato nella storia ultrasessantennale dell’azienda. Una serie di fattori ha ostacolato una simile crescita elevata per tutto l’anno: così i conflitti commerciali mondiali hanno influito anche su LIQUI MOLY. Per esempio, il commercio in Cina è diminuito di più di un terzo. E anche le attività sul mercato export russo, alla lunga più significativo per l’azienda, sono scese bruscamente a causa della forte svalutazione del Rublo negli ultimi 24 mesi. "Tali cambiamenti lasciano una traccia", ha affermato l’export manager Salvatore Coniglio. "Se non fossimo rappresentati in 150 paesi di tutto il mondo, i risultati in Cina e Russia avrebbero un impatto molto più significativo. Per cui riusciamo a compensare il calo delle vendite in più paesi con nuovi mercati".

Gli aspetti negativi nell'esportazione sono stati ammortizzati dalla leggera crescita nel mercato tedesco fortemente competitivo. "In questa prospettiva, il 2% di crescita in Germania e Austria è un vero successo", ha affermato l’amministratore delegato Günter Hiermaier, "in ultima analisi, il numero dei concorrenti aumenta, ma la torta da dividere ha sempre le stesse dimensioni. Di conseguenza, la cosa è molto combattuta. Noi continuiamo a contare sulla combinazione di pacchetti di marketing e potere di vendita".

Parallelamente all’aumento ridotto del fatturato, i costi dell'azienda sono cresciuti notevolmente. Agli investimenti preventivati per i modelli di gestione merci aggiuntivi, un nuovo software e un altro deposito di carburante per un importo di circa 11 milioni di EUR, si sono aggiunti costi supplementari derivanti dal costo maggiore delle materie prime ammontanti a circa 6 milioni di euro e a causa delle condizioni climatiche: Le elevate temperature estive persistenti hanno reso il Reno poco o non navigabile, il che ha provocato un aumento dei costi di trasporto delle materie prime e dei prodotti finiti. "Nel complesso i nostri costi per il trasporto merci e la logistica sono aumentati di 1,2 milioni di Euro. Nel complesso una doccia fredda. Naturalmente, a causa di tale doppio smacco dei maggiori costi e minor fatturato rispetto al previsto mette in ginocchio in modo notevole il nostro ricavo. Ma nella vita come nel lavoro ci si deve adattare alle circostanze o si è fuori dai giochi. E non tutti gli anni sono uguali ", ha affermato Ernst Prost.

Anche le spese per il marketing e ricerca e sviluppo sono aumentate, ma in modo programmato. Nel 2017, LIQUI MOLY ha investito 19,8 milioni di Euro, nel 2018 quasi un altro 1 milione di Euro per la sua notorietà del marchio. "Il più grande scoop è certamente il contratto di pubblicità con i Chicago Bulls. La squadra di basket è uno dei marchi sportivi più famosi al mondo. Annovera 175 milioni di tifosi. Questa cifra supera qualsiasi altro team di professionisti negli Stati Uniti", così il direttore marketing Peter Baumann ha sottolineato l'importanza di un'azione internazionale per la società tedesca.

A livello nazionale e internazionale, la qualità "Made in Germany" continua a essere una forza trainante enorme per LIQUI MOLY. E questa qualità uniformemente elevata viene garantita dalla ricerca e dallo sviluppo, motivo per cui la spesa in questo settore è stata aumentata a quasi 6 milioni di Euro. "I moderni lubrificanti sono creazioni altamente complesse. Chi vuole stare al top del mercato necessita della più moderna tecnologia di sviluppo e controllo qualità", ha affermato David Kaiser, responsabile di questo settore come anche della tecnologia applicativa.

C'è pure un’altra cifra che ha comportato dei costi supplementari: quella dei consociati, come vengono chiamati i dipendenti di LIQUI MOLY. Nel 2018 sono stati creati 24 posti di lavoro. Presso le sedi Ulm e Saarlouis e in società estere lavora un totale di 848 persone. "Abbiamo speso volentieri il denaro per questo, perché è un piacere creare posti di lavoro. Paghiamo altrettanto volentieri i costi aggiuntivi pari a 1 milione di Euro per il nuovo contratto collettivo del sindacato di categoria del settore minerario, chimico ed energetico, perché le persone della famiglia LIQUI MOLY valgono", ha detto Ernst Prost.

Dopo che l'ex managing partner aveva venduto le sue quote al Gruppo Würth all’inizio dell’anno, molti hanno temuto un cambiamento radicale per lo specialista di oli e additivi. "È vero il contrario", ha affermato Ernst Prost. "A dire il vero, sul mio biglietto da visita c’è ancora scritto amministratore delegato e non più socio, e con Günter Hiermaier il nostro direttore alle vendite di lunga durata è diventato il secondo amministratore delegato, per il resto tutto resta come prima".

**LIQUI MOLY**

Con circa 4000 articoli, LIQUI MOLY propone una gamma vastissima di prodotti chimici automotive unica al mondo: oli motore e additivi, grassi e paste, spray e prodotti per la cura dell'auto, incollanti e sigillanti. Nata nel 1957, LIQUI MOLY sviluppa e produce i propri prodotti esclusivamente in Germania. Sul mercato tedesco risulta leader incontestato nel settore degli additivi e viene scelta sempre più spesso come migliore marca di olio. L'azienda vende i propri prodotti in più di 120 Paesi e ha realizzato nel 2017 un fatturato di 532 milioni di Euro.

**Ulteriori informazioni sono disponibili presso:**

LIQUI MOLY GmbH

Peter Szarafinski

Head of Media Relations international

Jerg-Wieland-Str. 4

89081 Ulm-Lehr

Germany

Tel.: +49 7 31/14 20 189

Fax: +49 7 31/14 20 82

[peter.szarafinski@liqui-moly.de](mailto:peter.szarafinski@liqui-moly.de)