

Istobal, il gruppo spagnolo leader in soluzioni di lavaggio e cura per l'industria automobilistica, ha chiuso l'esercizio 2016 con un EBITDA di 17 milioni di euro, un 16% in più rispetto al precedente anno. Il gruppo, che conta 10 filiali in Europa e America, ha aumentato il suo fatturato di un 5%, con un totale di 124 milioni di euro nel 2016, grazie ai buoni risultati dei suoi principali mercati, Spagna e Francia, e a un notevole incremento delle vendite in altri paesi, come Italia e USA. Questa significativa crescita si spiega per il deciso impegno con il quale l'impresa spagnola ha portato avanti negli ultimi anni la propria espansione internazionale, l'appoggio alla sua rete di filiali e distributori, e per l'aumento nella compagnia degli investimenti in innovazione.

Il bilancio economico dello scorso anno situa l'Italia come secondo mercato di esportazione per il gruppo, dietro la Francia che continua in testa alle vendite internazionali. L'evoluzione delle vendite in Italia è particolarmente rilevante, essendosi registrato un incremento del 90% rispetto all'anno precedente, grazie al consolidamento della filiale Istobal Italia nel paese e a una solida rete commerciale di distributori.

L'80% del fatturato globale del gruppo nel 2016 corrisponde a vendite internazionali. Insieme a Francia e Italia, Stati Uniti, Danimarca e Regno Unito completano la TOP5 dei principali mercati di esportazione per il gruppo. In Danimarca l'aumento delle vendite è stato quasi del 50%, mentre in Regno Unito e Stati Uniti si è situato, rispettivamente, intorno a un 40% e a un 30% in più dell'anno precedente.

Per quanto riguarda lo sviluppo delle filiali commerciali, le delegazioni in Spagna, Danimarca, Regno Unito, Stati Uniti e Austria sono, in quest'ordine, quelle che hanno raggiunto un maggiore volume d'affari.

In riferimento alla gamma di prodotti ISTOBAL, la sezione dei portali di lavaggio continua a dominare il volume di fatturato della compagnia. Inoltre, ulteriori prodotti che hanno registrato un notevole incremento sono la gamma di complementi ISTOBAL, per il conseguimento del tender della compagnia petrolifera MRH, e la linea di prodotti chimici esens.

Piano di espansione e prospettive per il 2017

Nel 2017 ISTOBAL continuerà il suo piano di espansione in cui prevede di sfruttare il proprio potenziale di crescita negli Stati Uniti, dove ha già una forte presenza con le soluzioni per il lavaggio dei veicoli industriali e sta entrando nel mercato del settore dei concessionari. L'impresa spagnola, inoltre, si impegnerà per rinforzare la propria presenza in Germania e continuare a consolidare il mercato in Medio Oriente.

Per quanto riguarda lo sviluppo di nuovi prodotti, l'impulso a soluzioni per la cura del veicolo che offrano migliori risultati al consumatore e gli garantiscano un'esperienza di lavaggio più gradevole, sarà una delle linee chiave di azione della compagnia, insieme all'avanzamento in sistemi di digitalizzazione, metodi di pagamento e comunicazioni. Con queste strategie, la compagnia prevede di raggiungere un fatturato di 130 milioni di euro nel 2017.