

Foto tratte da '1984-2004. Ucraina vent'anni confezionati su misura'

## L'industria del packaging

ANTONELLA CATTANEO

Inizia una nuova sezione dedicata al mercato e/o alle tecnologie di diversi settori industriali con la quale cerchiamo di fare il punto della situazione. In questo numero verrà considerata l'industria delle macchine per confezionamento e imballaggio

**A**me l'arduo compito di iniziare la nuova sezione 'Panorama', una sezione di mercato e/o tecnologia che, con un articolo al mese, farà il punto della situazione su un determinato settore economico/industriale. Inizieremo questo numero di gennaio con l'indu-

stria del packaging per poi considerare, di volta in volta, plastica, gomma, vetro, legno, alimentare, elettrodomestici, tessile, automotive, chimica e petrolchimica, meccanica, logistica, public utilities. Come tutti sapete, la vera capitale del settore dell'imballaggio in Italia è Bologna, nella cui provincia esiste la cosiddetta

Packaging Valley che insieme alla Lombardia dà vita a circa l'80% delle aziende nazionali. In Italia l'industria delle macchine per il confezionamento e l'imballaggio è formata da circa 250 aziende di dimensioni industriali, alle quali si aggiungono un centinaio di unità produttive con caratteristiche artigianali. Sui mercati

internazionali la leadership in questo settore è in mano ai produttori europei, Germania e Italia coprono infatti oltre il 50% del commercio internazionale di settore, vale a dire macchine vendute in un Paese diverso da quello di produzione. E' pur vero che i maggiori costruttori sono Giappone e Stati Uniti ma tali paesi producono soprattutto per i mercati interni. E' risaputo anche che l'industria italiana delle macchine per confezionamento e imballaggio è da tempo oggetto di studio da parte di centri di ricerca stranieri che si occupano dell'eccellenza nella gestione aziendale, e infatti da quanto è emerso dalla ricerca redatta da Prometeia, presentata da Luigi Bidoia in occasione dell'Assemblea annuale di Ucima (Unione dei Costruttori Italiani di Macchine Automatiche per il Confezionamento e l'Imballaggio), quello delle macchine italiane per imballaggio è 'un caso di eccellenza del sistema industriale italiano' proprio perché è un settore che è riuscito a crescere quasi tre volte più velocemente dell'industria manifatturiera italiana, con un incremento medio annuo del 3,3% (a prezzi costanti)



contro l'1,2% registrato dal totale dell'industria nazionale. Sui mercati internazionali questo settore ha saputo conquistare la leadership del commercio mondiale, solo nel 2003 ha

contribuito per il 5,4% alla bilancia commerciale dell'industria manifatturiera nazionale, valore non dissimile da quelli di settori ritenuti generalmente trainanti il Made in Italy, come

## Macchine italiane per imballaggio: qualche dato

Secondo quanto riferito da Ucima dopo un inizio d'anno difficile, le performance messe a segno nel secondo trimestre consentono il recupero sia di ordini esteri che di fatturato a consuntivo del primo semestre 2004 per le macchine italiane per imballaggio. Il settore si mostra reattivo e flessibile rispetto alle difficoltà perduranti nell'area dollaro. In deciso miglioramento, anche se ancora di segno negativo, la situazione sul mercato interno. Il fatturato si conferma sostanzialmente stabile in rapporto allo stesso periodo dell'anno precedente, dopo un 2003 chiuso in aumento del 2,8%, a conferma della costante crescita del settore. Il dato premia la capacità dei costruttori nazionali nell'attuare politiche commerciali compensative rispetto alle difficoltà incontrate su alcuni mercati internazionali. Sul fronte degli ordini, sul finale del semestre si sono evidenziati segnali di ripresa per quanto riguarda la domanda estera che hanno portato a chiudere il periodo con -0,5%. I problemi verso i mercati dell'area dollaro sono stati bilanciati dalla crescita delle esportazioni in Europa. Il progresso verso l'area UE si è attestato a +16,7% nel semestre, con incrementi sensibili verso i nostri clienti più forti (Francia +10,9%, Germania +8,5%, Spagna +27%, Regno Unito +18,4%). Notevole il dato della Polonia che con +45% diventa il quinto cliente italiano dell'area UE. La nota diffusa da Ucima (Unione Costruttori Italiani Macchine Automatiche per il Confezionamento e l'Imballaggio) evidenzia inoltre l'inversione dell'andamento della domanda interna, che nel periodo aprile-giugno ha recuperato sensibilmente il gap dei primi tre mesi, chiudendo il semestre a -12,6%. "I dati del semestre, analizzati in prospettiva con la forte domanda interna dello scorso anno e con le tendenze positive registrate nel secondo trimestre- commenta il presidente di Ucima, Giovanni Caffarelli - autorizzano un cauto ottimismo per una chiusura d'anno in grado di confermare i positivi risultati ottenuti nel 2003."

E' superiore a 5 il numero di mesi di produzione assicurata, risultato in linea con il trimestre precedente e migliore dell'intero 2003.

piastrelle, abbigliamento o calzature da passeggio. Alcuni esperti hanno cercato di individuare le ragioni di questo successo nell'estrema flessibilità produttiva che si associa a una capacità di innovazione tecnologica; nell'orientamento al cliente, in quanto le macchine italiane sono costruite per la maggior parte secondo le esigenze del cliente; nella forte competitività delle aziende produttrici, proprio perché esiste un'ottimale convivenza di grandi gruppi integrati e di piccole e medie imprese molto specializzate; nella straordinaria professionalità nel settore della meccanica fine nelle zone in cui queste aziende vivono.

Inoltre l'industria italiana di questo settore ha saputo rafforzare le sue posizioni in periodi di congiuntura favorevoli e sfavorevoli, è riuscita a confrontarsi in modo adeguato con fattori di cambiamento apportando alla tecnologia meccanica l'elettronica, offrendo al mercato sempre più li-

nee complete anziché macchine singole, sforzandosi nella ricerca e sviluppo per andare incontro a una domanda sempre più selettiva e, non ultimo, è riuscita a internazionalizzarsi. Il settore del packaging è riuscito quindi a diventare un fattore competitivo determinante in molti comparti del manifatturiero.

Secondo quanto affermano i ricercatori di Prometeia, settori come l'alimentare, la cosmesi, la chimica di specialità e l'industria farmaceutica devono molta parte dei propri risultati all'apporto dell'industria italiana delle macchine per imballaggio: per loro la qualità delle soluzioni e dei materiali d'imballo e la rapidità di rispondere tempestivamente con nuove confezioni alle esigenze del mercato rappresentano leve competitive strategiche. A livello mondiale i produttori italiani sono conosciuti e apprezzati per la capacità di integrare una cultura tecnica di eccellenza con l'abilità e la velocità nello sviluppo di

soluzioni personalizzate, ma per mantenere una posizione d'eccellenza anche in campo internazionale è necessario, secondo quanto proposto da Prometeia, avviare iniziative di cooperazione che vadano nella direzione della ricerca di sinergie di tipo produttivo, commerciale e di servizio. La partnership con altre aziende del settore, specializzate in produzioni complementari alla propria, potrebbe consentire ai produttori italiani di sfruttare al meglio, nei confronti dei nuovi concorrenti emergenti, il rilevante patrimonio tecnico e professionale di cui questi dispongono.

### **Sfide e cambiamenti**

La crescente importanza assegnata al packaging quale leva competitiva e la maggiore focalizzazione delle imprese utilizzatrici sugli aspetti di marketing piuttosto che sulle competenze specifiche di processo, sta richiedendo ai costruttori di macchine un coinvolgimento sempre maggiore

nelle attività di progettazione e sperimentazione del cliente. Già nel corso dell'ultimo decennio le richieste del mercato si sono progressivamente indirizzate verso linee complete di macchine da commissionare preferibilmente a un unico fornitore per un'esigenza di personalizzazione sempre più marcata del processo di confezionamento che va a integrarsi con il ciclo produttivo del cliente.

Ma oltre a questo il produttore deve saper offrire servizi di progettazione con capacità di problem-solving a livello di sistema e di impianto in tempi ristretti. E' il fattore 'tempo', la capacità di ridurre al minimo il time to market di nuovi progetti, che sta diventando sempre più un requisito competitivo decisivo e in quest'ottica si rende sempre più palese l'opportunità per le tante piccole e medie imprese

prese del settore di dotarsi di strumenti organizzativi in grado di coniugare qualità delle macchine, controllo dei costi e rispetto dei tempi. L'outsourcing di elevata qualità permette alle imprese italiane di aumentare la capacità produttiva conservando grande flessibilità di risposta ai cambiamenti della domanda; la standardizzazione, che ha reso possibile la sostituzione di parti elettromeccaniche complesse progettate all'interno dell'azienda

con componentistica facilmente reperibile sul mercato, ha livellato le barriere tecnologiche; la globalizzazione dell'economia mondiale sta

determinando invece una significativa modificazione della composizione geografica della domanda internazionale di macchine per imballaggio. Infatti i paesi in via di sviluppo, caratterizzati da una minor tradizione in questo settore, tendono a importare macchine di gamma alta, non ancora adeguatamente garantite dai costruttori nazionali, e fornire anche di servizi di progettazione impiantistica di cui le nascenti attività manifatturiere locali abbisognano. Al contrario invece le importazioni di paesi come Germania e Italia sem-

brano orientarsi prevalentemente verso macchine di fascia bassa che vanno a integrare la già ricca gamma di offerta nazionale. Una tale tendenza impone dunque ai produttori italiani la sfida di dotarsi di strutture organizzative sempre più articolate per poter raggiungere una clientela localizzata in un numero crescente di mercati lontani. In questa nuova ottica geografica il fattore determinante è comunque il forte sviluppo economico a cui sono soggetti alcuni paesi

di recente industrializzazione, oltre alla crescente presenza in questi mercati di multinazionali operanti in settori dei beni di largo consumo.

Un altro cambiamento è legato ai nuovi concorrenti che si stanno delineando sul mercato, questi con bassi costi di lavoro e con un'alta capacità di imitazione potrebbero rendere nei prossimi anni sempre più serrata la concorrenza sui mercati internazionali. Tra i concorrenti emergenti i costruttori spagnoli sembrano rappresentare la minaccia più significativa, dati i vantaggi in termini di costo di lavoro e sistema paese, ma anche alla luce di un livello tecnologico, inventiva e flessibilità delle produzioni non lontano da quello italiano.

In quest'ottica si legge quindi il messaggio che il presidente di Ucima Marco Vacchi ha rivolto al Governo: "L'Italia ha bisogno di un'industria manifatturiera forte e vincente. In un contesto internazionale di competitività particolarmente accesa, essere piccoli e flessibili non basta più. E' importante che lo Stato sappia diventare un partner interessato al successo delle imprese italiane.

Gli imprenditori hanno cultura industriale, per loro diventa difficile operare su mercati lontani che comportano rischi finanziari elevati se manca un Sistema Paese capace di sostenerli. Occorre muovere la leva fiscale per incentivare l'aggregazione e l'integrazione fra imprese e competenze. Ma oltre a crescere dimensionalmente bisogna innovare: ci vogliono più risorse per stimolare gli investimenti in ricerca applicata, mentre lo Stato deve spingere direttamente sulla ricerca di base e renderne i risultati accessibili alle imprese."

