

I PRODUTTORI DI MACCHINE IN ATTIVITÀ DI RICERCA SUL CONCETTO DI INNOVAZIONE INCREMENTALE

Personalizzazione e livello tecnologico di assoluta preminenza internazionale



Fabrizio Cattaneo*

L'industria della macchine automatiche per il confezionamento dei beni di largo consumo è vitale per l'economia italiana. Pur fatturando complessivamente poco più di 3 miliardi e mezzo di euro, contribuisce (dati 2007) per quasi 3 miliardi di euro all'attivo della bilancia commerciale nazionale. In proporzione



Oltre 150 aziende industriali e un centinaio di unità artigianali fanno riferimento a Ucima

1. **Marketing, mercati emergenti e sostenibilità sono i driver dell'innovazione**
2. **Un comparto vitale per l'economia nazionale**

altri comparti ben più celebrati del made in Italy hanno, su questo indicatore, risultati decisamente inferiori.

I primi sei mesi del 2008 erano stati oltremodo positivi, si era infatti registrata una crescita rispetto al 2007, anno più che soddisfacente, ma dallo scorso luglio le esportazioni hanno cominciato a diminuire e probabilmente il 2008 si chiuderà in linea con l'anno precedente. Non abbiamo ancora i consuntivi ma i dati congiunturali riferiti al terzo trimestre 2008 evidenziano un calo di fatturato,

che, sebbene fisiologico in ogni terzo trimestre dell'anno, arriva in questo caso a -6,4% rispetto al medesimo periodo del 2007. L'indice relativo al portafoglio ordini dà l'idea del reale impatto dell'attuale crisi economica sul settore; per il terzo trimestre 2008 si intravede un decremento tendenziale del 16,6%. Il dato

negativo riguarda soprattutto gli ordini dall'estero, mentre il mercato interno dà segnali più confortanti. L'indice relativo ai mesi di produzione garantita si attesta a 5,1, valore in linea con la media del periodo. Già prima dell'attuale crisi finanziaria si prevedeva, per il periodo

2008-2012, un rallentamento del ritmo medio di espansione del Pil mondiale rispetto al quinquennio precedente e un minor dinamismo del commercio internazionale. In questo momento c'è qualche motivo di preoccupazione anche per

Segue a pag. 24

Indicatori fondamentali di settore 2005-2007

(valori in migliaia di euro*)

	2005	2006	2007	Δ% '06/05	Δ% '07/06
FATTURATO	3.120.000	3.276.000	3.610.000	5,0	10,2
ESPORTAZIONI*	2.785.000	3.005.000	3.257.000	7,9	8,4
CONSEGNE SUL MERCATO INTERNO	335.000	271.000	353.000	-19,1	30,3
IMPORTAZIONI*	266.000	305.000	326.000	14,7	6,9
CONSUMO NAZIONALE	601.000	576.000	679.000	-4,2	17,9
SALDO COMMERCIALE	2.519.000	2.700.000	2.931.000	7,2	8,6
EXPORT/FATTURATO (%)	89,3	91,7	90,2		
IMPORT/CONSUMO NAZIONALE (%)	44,3	53,0	48,0		
OCCUPAZIONE (N. ADDETTI)	16.900	16.800	16.800		

*I valori sono al netto degli apparecchi per gassare le bevande

Fonte: Ufficio Studi Ucima

Innovation according to Ucima: customization and high technological level

Marketing, emerging markets and sustainability are now the main driver of innovation. Machinery manufacturers focus their research basically on the model of incremental innovation, namely the ability to provide customers with practical and tailored solutions, ensuring absolute reliability and technological excellence.

Packaging automatic machinery for consumer goods is a key sector for Italian economy. The year on year turnover is more than 3.5 billions Euros; it contributes to almost 3 billions Euros on the active national balance of export trade (datum referred to 2007). Many other more celebrated "Made in Italy" sectors can't boast equal results. The 2008 first semester was extremely positive; the growth was massive compared to the 20007, a very profitable year, but since last July exports turned weak and in 2008 the performance will likely balance the previous year. We haven't final reports yet, but 2008 third quarter data related to the current economic situation show a decline in the turnover.

On every third quarter of the year we expect a physiological slow down but 2008 showed a very disappointing -6.4% compared to the same period in 2007. The index of orders gives the idea of the real impact of the economic crisis on the sector, and for the 2008 third quarter a 16.6% decrease is expected. Orders were mainly lost in the export, while in the domestic market the situation is more reassuring. The index of guaranteed production months is 5.1, in line with the average of the period. Even before the actual financial crisis, for the period 2008-2012 it was expected a slowdown in the average rate of world GDP expansion, compared to the previous five years, due to a lower dynamic international trade.

In this period there are concerns even for a traditionally strong and well structured sector as ours, well known for high export attitude and a great



Le aziende produttrici di macchine per il confezionamento investono molto in R&D

diversity in terms of users and countries provided. The fear of a recession that can affect many sectors all over the globe pushed Ucima to strengthen the support to its members. A working table has been established. It provides several advices to fuel measures to protect companies, among which the credit guarantee for business, transparency guarantee of bank charges and ratings, an overall strengthening

of guarantee instruments and ensuring the closeness of the bank system to the sector. Our association will ask the government and authorities in monetary policy (European Central Bank and Bank of Italy) for assistance and fiscal measures to support investments and strengthening of enterprise capital. It will also seek closer collaboration between business and the banking system. ■

Occupazione 2005-2007

(situazione della forza lavoro nel triennio)

	2005	2006	2007
NUMERO ADDETTI	16.900	16.800	16.800
Δ % RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE	+5,6	-0,6	-

Fonte: Ufficio Studi Ucima

Investimenti 2005-2007

(Δ% comparato con l'anno precedente)

	2005	2006	2007
VARIAZIONE	-0,5	-6,0	+3,0

Fonte: Ufficio Studi Ucima

Chi è Ucima

È l'associazione che rappresenta i costruttori italiani di macchine automatiche per il confezionamento e l'imballaggio. Fondata nel 1984, è un punto di riferimento per l'intero settore in Italia e all'estero. I suoi oltre 100 associati, a cui si aggiungono anche i rappresentanti della filiera dell'imballaggio, rappresentano circa il 70% del fatturato del comparto e oltre l'80% dell'export.

Per meglio delineare le prospettive e le opportunità offerte dai mercati, cinque commissioni si occupano di: Internazionalizzazione, Finanziamenti Export, Subfornitura, Tecnico-Normativa e Benchmark su indici di gestione aziendale. Ucima opera a sostegno dell'internazionalizzazione delle aziende associate grazie anche alla collaborazione con il ministero dello Sviluppo economico e l'Istituto Nazionale per il Commercio Estero (Ice).



Ucima is an association representing the Italian manufacturers of automatic packaging machinery. Founded in 1984, it is a landmark for the whole sector in Italy and abroad. Its members exceeding 100 plus some representatives of the packaging chain secure about 70% of the turnover of the sector and more than 80% of exports. To better define the prospects and the opportunities offered by the markets, Ucima has set up five committees dealing with: Internationalization, Financing the export, Subcontracting, Technical Standards and Benchmark on index of business management.

Continua da pag. 22

un settore tradizionalmente solido e ben strutturato come il nostro, notoriamente caratterizzato da un'elevatissima propensione all'export e da una grande diversificazione in termini di tipologia di utilizzatori e di paesi forniti.

UN TAVOLO AL LAVORO

Un comparto con queste caratteristiche teme una recessione che colpisca tutti i settori e che estenda i suoi effetti a livello planetario. Ucima si è pertanto attivata a supporto dei propri associati. È stato istituito un tavolo di lavoro che ha formulato diversi suggerimenti per stimolare prov-

vedimenti a tutela delle aziende, tra questi spiccano la garanzia di afflusso di credito alle imprese, la garanzia di trasparenza dei costi bancari e dei rating, un generale rafforzamento degli strumenti di garanzia e l'assicurare la vicinanza delle banche al settore di riferimento.

L'associazione chiederà al governo

e alle autorità di politica monetaria (Banca Centrale Europea e Banca d'Italia) interventi e misure fiscali a sostegno degli investimenti e del rafforzamento patrimoniale delle imprese. Si adopererà inoltre per una più stretta collaborazione tra imprenditoria e sistema bancario.

*Direttore Ucima

I driver dell'innovazione: la predisposizione al bello estetico

Marketing, mercati emergenti e sostenibilità stimolano i produttori di macchine a innovare. Le nostre aziende portano con sé un grande vantaggio competitivo, che nasce da un patrimonio culturale tipicamente italiano volto ad apprezzare "il bello". Questa naturale predisposizione ci rende interlocutori privilegiati nel capire

e cercare di soddisfare le richieste degli uomini di marketing dei nostri clienti, decisamente orientate all'immagine e alla comunicatività dell'imballaggio senza ovviamente rinunciare alla funzionalità. Un insieme di caratteristiche che permettono alla confezione di "emergere" fra migliaia di concorrenti, veicolando un messaggio ben preciso. Proprio

su questa innata propensione e capacità di tradurre l'esigenza del bello, in soluzioni su misura di assoluta affidabilità ed eccellenza tecnologica, l'industria italiana delle tecnologie dell'imballaggio può e deve investire per continuare ad avere successo.

Il secondo grande driver dell'innovazione è indubbiamente costituito dai paesi emergenti. Il loro rapido sviluppo economico ha determinato un altrettanto rapido aumento della richiesta di imballaggi.

Negli ultimi mesi si è discusso molto d'innovazione determinata dalla crescente attenzione delle aziende produttrici e utilizzatrici di macchine per il confeziona-

mento verso i temi della sostenibilità e gli associati Ucima si sono dimostrati tutti molto sensibili al tema. Ci riferiamo all'esempio specifico di una dei nostri più grandi associati, che ha investito molto in una campagna pubblicitaria focalizzata sulla sostenibilità, invitando i propri clienti a diffondere il messaggio sull'eco-compatibilità dei materiali utilizzati. Aniché focalizzarsi sul "problema" del costo e dell'impatto negativo degli imballaggi sull'ambiente, giudichiamo sia più opportuno e incisivo adottare un approccio che pone l'accento sul valore positivo dell'imballaggio (necessità di conservare, proteggere ecc.). ■

Il prezzo meno sentito

- Il driver prezzo è importante ma al momento meno sentito rispetto ad altri comparti. **In termini generali si offrono saving ma mai a scapito della qualità.** È necessario precisare che la maggior parte delle linee e delle macchine è "tailor made" e il prezzo, quindi, è certamente rilevante ma non è l'elemento differenziante. Un vantaggio che si riflette anche nelle soluzioni dedicate ai mercati emergenti, dove i produttori di macchine italiani grazie a questa considerevole flessibilità sono meno esposti e sensibili alla concorrenza di prezzo rispetto ad altri comparti.
- Un'innovazione per essere tale **deve riuscire a cambiare in meglio un modo di operare.** Le aziende produttrici di macchine per il confezionamento investono molto in R&D. Anche se Ucima non può definirsi in senso stretto un vero e proprio punto di osservazione sull'innovazione tecnologica, ha certamente una visione generale del settore, e può confermare l'elevata propensione delle aziende a investire in R&D.
- Oggi l'attività di ricerca è essenzialmente concentrata sul concetto di innovazione incrementale, ossia sulla **capacità di proporre ai propri clienti soluzioni concrete e su misura garantendo assoluta affidabilità ed eccellenza tecnologica.** L'innovazione riguarda sia le macchine che confezionano beni destinati alla grande distribuzione del "vecchio mondo" sia prodotti che si preparano a penetrare i mercati emergenti.



Lo stimolo maggiore alla produzione arriva dai mercati emergenti

Esportazioni*

(valori in %)

	2007
USA	9,0
SPAGNA	8,2
FRANCIA	6,5
RUSSIA	6,2
GERMANIA	5,7
CINA	4,5
REGNO UNITO	4,3
MESSICO	3,5
SVIZZERA	2,9
TURCHIA	2,5
ALTRI PAESI	46,7

*Ripartizione geografica delle esportazioni nel 2007

Fonte: Ufficio Studi Ucima



La "Packaging Valley" italiana si concentra nella provincia di Bologna e in genere nelle province della pianura padana

Un comparto padano

L'industria italiana delle macchine per il confezionamento e l'imballaggio è formata da oltre **150 aziende di dimensioni industriali, cui si aggiungono un centinaio di unità produttive con caratteristiche artigianali**. Le aziende sono localizzate in **Emilia Romagna** (dove esiste la maggiore concentrazione di settore al mondo), **Lombardia, Piemonte e Veneto**, regioni che insieme rappresentano più dell'80% delle aziende del settore. Vera e propria capitale produttiva è Bologna, nella cui provincia si trova la cosiddetta "Packaging Valley".

*The Italian packaging machinery industry is made up of over **150 industrial companies in size and a hundred craft manufactures**. Companies are located in **Emilia Romagna** (where there is a greatest concentration of industries in the world), **Lombardy, Piedmont and Veneto**. More than 80% of companies in the sector are established in these regions. The real productive capital is Bologna, located in the so-called province "Packaging Valley".*



La maggioranza delle macchine è tailor made, nel vecchio e nel nuovo mondo

The drivers of innovation and the typical Italian heritage to the beauty

Marketing, emerging markets and sustainability drive manufacturers to innovation. Our companies have a huge competitive advantage resulting from a typical Italian cultural heritage to appreciate "the beauty".

This natural attitude makes them the favorite interlocutors of customers' marketing departments, for their skill and ability to understand the need of the client, often focused on packaging image and communicativeness without sacrificing product protection and functionality.

A set of features letting the pack emerge among thousands of competitors conveys a clear message. On this natural attitude and on the ability to transfer the need for beauty in tailored, highly reliable and technologically excellent solutions, the Italian industry of packaging technologies can and must continue to invest to succeed. The second main driver of innovation is the emerging

countries market. Their quick economic development has turned to an equally quick increase of demand for packaging.

In recent months, it has been discussed a lot about innovation related to the growing public attention on the issues of sustainability. Packaging machinery manufactures and users and Ucima members were all very sensitive to this issue. I'm referring specifically to a member of ours, who invested considerably in a new advertising campaign focusing on sustainability, inviting its customers to scatter the message on the eco-compatibility of materials being used.

Instead of focusing on the economic "problem" and on the negative impact of packaging on the environment, according to our opinion, an approach which emphasizes the positive value of packaging (need to preserve, protect etc.) would be more appropriate and effective. ■

Price, important but not relevant

- Price is an important driver but at the moment it isn't as relevant as it's in other sectors. If possible savings are granted but never to the detriment of quality, because most lines and machines design are "tailored made" and their price, although important, is not the differentiating factor. **This advantage is also in the solutions developed for the emerging markets**, where the Italian machinery manufacturers, thanks to this considerable flexibility, are less exposed and susceptible to price competition than other sectors.
- A really true innovation must be able to improve a way of operating. Packaging machinery manufactures are investing heavily in R&D. Although Ucima is not, strictly speaking, an observatory of technological innovation, it has certainly a **comprehensive overview of the sector and it can confirm the Italian companies high commitment in R&D investing**.
- Today research is mainly focused on the incremental innovation concept, namely the ability to **provide customers with practical and tailored solutions** ensuring absolute reliability and technological excellence. Innovation is about either machinery which packages goods intended for the "old world" distribution, either products which are going to enter the emerging markets.