PENALIZZATI SOPRATTUTTO PRODUZIONE E UTILIZZO NEI MERCATI MATURI (USA, EUROPA, GIAPPONE)

La ripresa passa per nord Africa, Medio Oriente e impatto ambientale

Se tutto fosse andato come doveva, nel 2009 il mercato mondiale degli imballaggi avrebbe comunicato un fatturato di 560 miliardi di Usd, ma la crisi ha messo a dura prova aziende e famiglie e il contatore si è fermato a 430 miliardi. L'81% degli imballaggi prodotti nel mondo è utilizzato in tre aree: Asia (27%), Nord America (26,5%) ed Europa Occidentale (27,5%). Seguono Europa dell'Est (9,9%), Sud e Centro America (5,2%), Africa (2,3%) e Oceania (1,6%). La recessione ha penalizzato soprattutto la produzione e l'utilizzo d'imballaggi nei mercati maturi (Nord America, Europa e Giappone), che da qualche anno registravano tassi di crescita modesti.

1. *Fino al 2014 il consumo mondiale di packaging dovrebbe crescere del 3% l'anno*
2. *Il settore macchine pensa a un 2010 con fatturati in crescita rispetto al 2009*
3. *Dove trovare le migliori opportunità d'investimento*

È invece aumentato il consumo, anche se meno del previsto, in Asia (in particolare Cina, India e Corea del Sud) e Russia. Per il prossimo quadriennio si prevede un incremento del 3% medio annuo, se così sarà nel 2014 il mercato sfiorerà i 513 miliardi di Usd.

La crisi economica ha penalizzato l'uso di imballaggi nei mercati maturi quali Nord America, Europa e Giappone favorendo, invece, il consumo in Asia e Russia

L'ANDAMENTO DEL SETTORE MACCHINE

Anche la domanda mondiale d'impianti per produrre gli imballaggi e di macchine per il confezionamento ha risentito della diminuzione generale degli investimenti. Nel 2009 l'installazione del nuovo ha rallentato, mentre si è rafforzata la propensione a intervenire sul parco macchine esistente, per adattarlo alle mutate esigenze produttive. Nel 2010 la domanda di macchine nuove, più veloci, flessibili, affidabili, capaci di ridurre il consumo energetico è tornata a farsi sentire. Gli ottimisti prevedono una crescita me-

Bilancio del mercato dell'industria italiana dell'imballaggio

(Anno 2009 - valori in t/000)
Italian packaging market balance sheet in North Africa and Middle East (Values in t/000)

Materiale *Material*	Produzione *Production*	Export	Import	Mln di USD *Mln of USD*
Acciaio (imballaggi leggeri + fusti)/*Steel (light packs + drums)*	731	231	29	1.625
Alluminio/*Aluminum*	100	38	9	2.587
Imballaggi cellulosici/*Cellulose packaging*	4.708	439	100	7.878
Contenitori rigidi in poliaccoppiato /Polylaminate rigid containers	131			507
Legno /*Wood*	2.343	123	209	1.898
Plastica /Plastic	2.875	1028	360	13.000
Flessibili da converter/*Flexible packaging from converters*	287	122	2	2.002
Vetro/Glass	3.354	360	398	1.488
Altro/*Others*	29			53
Totale/Total	**14.558**	**2.341**	**1.107**	**31.038**

Nota: aziende operanti in Italia: n° 7345 - addetti: n°105870
Note: firms operating in Italy: n°7345 - employees : N°105.870

Fonte: rielaborazione da dati dell'Istituto Italiano Imballaggio
Source: drawn from data of Istituto Italiano Imballaggio

dia del + 5,2% l'anno fino a raggiungere i 39,8 miliardi di Usd nel 2012. Per assistere all'incremento di margini operativi e occupazione si dovrà però attendere ancora un po'. Produttori di macchine e imballaggi ritengono che il fattore più impattante sia tuttora il prezzo di vendita, a seguire, per i produttori d'imballaggi è determinante il costo delle materie prime, mentre per chi produce macchine è determinante l'incidenza della manodopera. Trainati dalle nuove normative, dalla necessità di avere una tracciabilità avanzata e di contrastare la contraffazione, i sistemi d'etichettatura e codifica potrebbero rivelarsi i comparti più dinamici. Il segmento Ffs (Form Fill Seal) assorbirà comunque il 25% della domanda.

Per quanto riguarda gli utilizzatori, sono già in ripresa gli ordini per l'installazione di nuove macchine per il confezionamento di farmaci e affini, l'alimentare si sta muovendo più lentamente, ma entro il 2012 le richieste dovrebbero crescere del 43%. Del resto l'agroalimentare è tuttora primo tra gli utilizzatori di imballaggi (assorbe il 70% della produzione totale e il 65% degli imballaggi di plastica), seguito dal settore sanitario (farmaci e affini), personal care, cosmetica e beni industriali.

PROTEGGERE L'AMBIENTE

La riduzione dell'impatto ambientale di prodotti e processi attrae l'attenzione generale. Appurato che buona parte dei consumatori è ormai convinta dell'indispensabilità degli imballaggi, le aziende sono pronte a cogliere tutte le opportunità che il packaging fornisce loro per ridurre l'impatto ambientale dei prodotti. Il mercato mondiale del packaging "sostenibile" dovrebbe raddoppiare nel prossimo quinquennio passando dagli attuali 88 a 170 miliardi di Usd.

Mediterraneo: due occasioni da non perdere

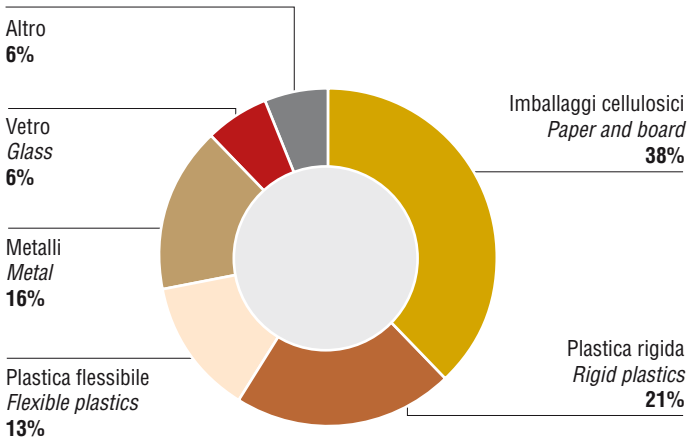
Il Nord Africa e il Medio Oriente (Algeria, Egitto, Iran, Israele, Kuwait, Libia, Marocco, Qatar, Arabia Saudita, Tunisia, Turchia, Emirati Arabi Uniti) sono un'ottima opportunità di investimento per l'intero settore del packaging (produttori di materiali, converter fornitori di macchine e di servizi). La vicinanza all'Europa li rende una valida alternativa agli investimenti in paesi più lontani. Questi mercati hanno risentito meno di altri della crisi e la loro legislazione offre interessanti incentivi agli investimenti da parte di imprenditori europei, per esempio una ridotta tassazione e buone possibilità di rimpatrio degli utili. Nel 2009 il consumo stimato d'imballaggi in quest'area è stato di 20 milioni di tonnellate, per un valore di circa 28,6 miliardi di Usd. Per il prossimo quinquennio è attesa una crescita media del 5% l'anno. Il 50% degli imballaggi utilizzati sono rigidi (contenitori di plastica, vetro e metalli), il 25% è costituito da cartone ondulato, i materiali flessibili sono il 16%, il restante 9% è formato da categorie minori (cartoncino, carta, legno). I materiali per i quali si prevede il più alto tasso di crescita sono il poliaccoppiato per liquidi, gli imballaggi flessibili e dato l'ottimo trend del comparto bevande tutto quanto serve a imbottigliarle. Altri settori in rapida ascesa sono l'assistenza sanitaria ed i prodotti a questa correlati.

NORTH AFRICA AND MIDDLE EAST: TWO OPPORTUNITIES TO SEIZE ON

North Africa and Middle East (Algeria, Egypt, Iran, Israel, Kuwait, Libya, Morocco, Qatar, Saudi Arabia, Tunisia, Turkey, United Arab Emirates) offer extraordinary investment opportunities for the European packaging industry (material manufacturers, converter, suppliers of related machinery and equipment as well as other peripheral products and services). The location of the region in proximity to the European markets makes it an attractive alternative of investments in comparison with more distant countries. These regions were less affected by the crisis and their regulation offers attractive investment incentives in the form of tax breaks and profit repatriation guarantees. In 2009, the estimated consumption of packaging materials in this area amounted to 20 millions tones, about $ 28,6 billions worth. The 50% of packaging consumed consisted of rigid package (plastic, followed by glass and metal), the 25% of corrugated board, flexible materials accounts for almost 16%, and the remaining 9% was of minor categories (cardboard, paper, wood). Looking at opportunities by material, the strongest growth in demand will be for liquid packaging board, foil, flexible plastic/laminate materials and, driven by strong growth in demand for beverage packaging, everything related to it. The healthcare sector will also provide further stimulus to packaging demand.

Consumo mondiale di packaging per settore

World packaging consumption by sector



Fonte

La sostenibilità è un forte attrattore

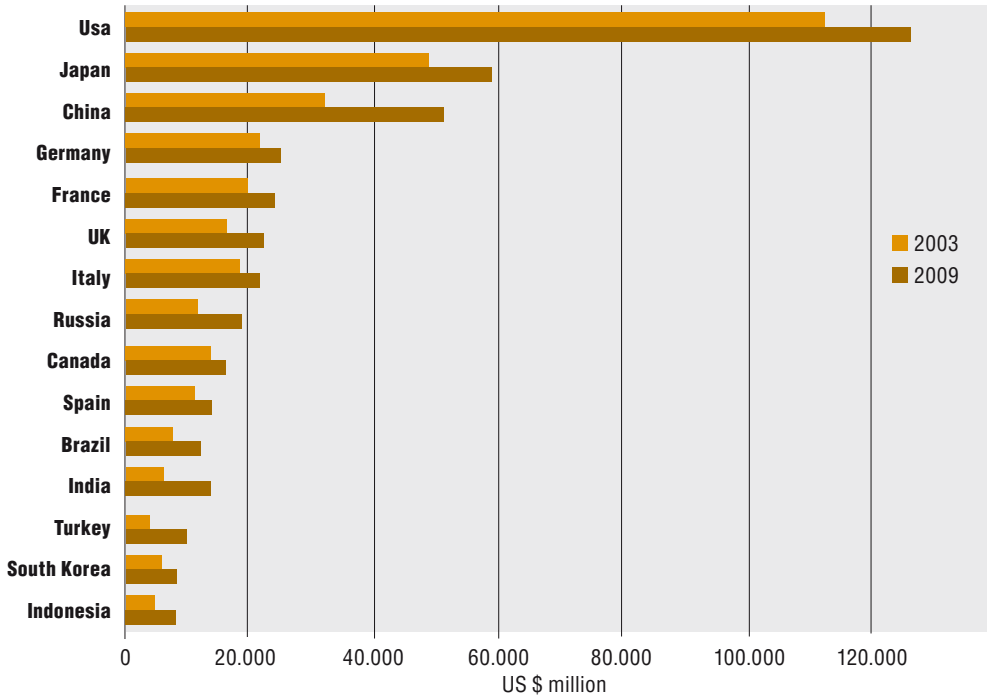
LA SITUAZIONE ITALIANA

Le statistiche elaborate dall'Istituto Italiano Imballaggio pongono tuttora l'Italia nella "top ten" dei produttori mondiali di imballaggi. Nel 2009 il fatturato si è assestato a poco meno di 31,2 miliardi di Usd (-5,6% rispetto al 2008) e ha rappresentato l'1,6% del Pil. Una performance di gran lunga superiore a quella dell'intero settore manifatturiero, il calo dei volumi è stato dell'11,3% contro il -18,1% registrato dall'industria. In forte sofferenza anche gli scambi con l'estero: in particolare -8,9% l'export e -10,2% l'import. Secondo Ucima, l'associazione che raccoglie i costruttori di macchine per l'imballaggio, nel 2009 il fatturato del settore ha registrato un calo del 15,6% ed è tornato ai valori del 2006 (4,2 miliardi di Usd). Le consegne nel mercato interno hanno subito una flessione del 12, 3% (equivalente a -0,5 miliardi di Usd), mentre la domanda complessiva è diminuita del 17% (equivalente a -0,850 miliardi di Usd). La prima parte del 2010, mostra una tendenza al miglioramento, ed è quindi possibile ipotizzare la chiusura dell'anno in corso con fatturati in crescita rispetto al 2009.

L'Italia è tra i maggiori produttori mondiali di imballaggio

Principali mercati del packaging mondiale – Raffronto dati 2003-2009

Top 15 national packaging markets, 2003-2009



Note: constant 2004 prices in 2009

Fonte: Pira International Ltd

PACKAGING MARKET DATA: THE UPTURN PASSES THROUGH NORTH AFRICA AND MIDDLE EAST

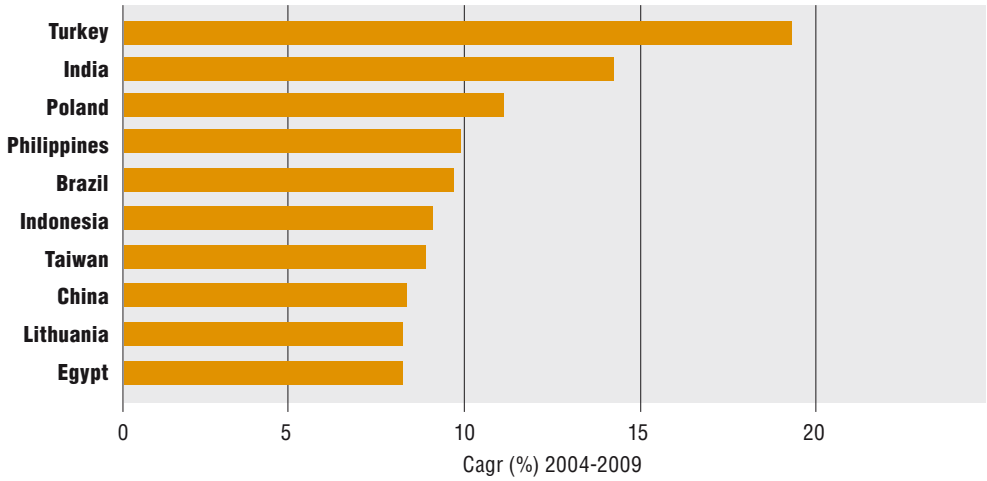
Had everything gone as expected, in 2009 the packaging global business would have relied on a turnover of $ 560 billions, but the crisis stroke down firms and families and the meter stopped at 430 billions. The 81% of the worldwide packaging production is used in three regions: Asia (27%), North America (26,5%) and Western Europe (27,5%). These countries are followed by the Eastern Europe (9,9%), Southern and Central America (5,2%), Africa (2,3%) and Australia (1,6%). The recession mainly hit the packaging manufacturing industry of mature markets (North America, Europe and Japan). Year after year these countries have been suffering from low growth rates, the economic turndown enhanced this trend. Although less than expected, the growth of packaging usage is on the rise in Asia (China, India and South Korea) and Russia. By the next four years the experts foresee an increase of 3% per year; if it will happen, in 2014 the turnover will be close to $ 513 billions.

PACKAGING MACHINERY TRENDS

Even the worldwide demand of packaging manufacturing equipments and packaging machinery were affected by the investments reduction. In 2009 the installation of new equipments lessened, while there was a stronger willingness to invest on the existing equipments, to fit them to the changing production needs. In 2010, the demand of faster, more flexible, reliable, energy saving equipments restarted. The optimists foresee an average +5,2% growth per year up to $ 39,8 billions in 2012. To record a real increase of the operating margins and employment we will

Mercati del packaging a più alto tasso di crescita, 2004-2009

Fastest growing national packaging markets 2004-2009



Fonte: Pira International Ltd

have to wait a long while. The packaging industry considers the selling price as the most influencing factor; besides the packaging manufacturers are concerned with raw materials prices, whilst the labor cost is the main issue to equipment manufacturers. Hauled by new regulation, by the need of an advanced traceability and by the threat of falsification and counterfeiting, labeling and coding systems seem to be on the fast lane. The Ffs (Form Fill Seal) segment is still to count for the 25% of the demand. With regard to packaging users, pharmaceutical industry and related have already started to issue orders for the installation of new equipments; the food industry is slower but within 2012 its demand should grow of 43%. After all, the agro-food business is still the main packaging user (it counts for the 70% of total production and for the 65% of plastic packaging), followed by healthcare industry (drugs and related), personal care, cosmetics and hard goods.

PROTECTING THE ENVIRONMENT

The reduction of products and processes environmental impact attracts general attention. Taken for granted that the majority of consumers is now persuaded of packaging needfulness, industry is ready to seize on every opportunity that packaging gives to improve its products sustainability. The worldwide sustainable packaging market is supposed to double within the next five years, growing from the current $88 billions to $170 billions.

Il mercato dei pack sostenibili dovrebbe raddoppiare nel prossimo quinquennio

THE ITALIAN MARKET

According to statistics by Istituto Italiano Imballaggio, Italy is in the "top ten" list of the packaging manufacturers in the world. The 2009 turnover was roughly $ 31,2 billions (-5,6% compared to 2008), the equivalent of the 1,6% of the Gdp. A performance far more outclassing the whole manufacturing national sector, packaging volumes decreased only of 11,3%, while industry volumes lost about the 18,1%. The import-export dropped too: in details the export scored -8,9% and import scored -10,2%. According to Ucima, the Italian Association of Automatic Packing and Packaging Machinery Manufacturers, in 2009 its market scored a fall of 15,6% getting back to $4,2 billions as in 2006. In Italy the demand decreased of 12,3% corresponding to -0,5 US$ billions, while the whole market decreased of 17%, corresponding to -0,850 Usd billions. The first and the second quarters of the current year show a slight improvement and it's possible to foresee that 2010 will end with a higher turnover than 2009.

Consumo e previsioni del consumo in Nord Africa e Medio Oriente

Current and forecast consumption value of packaging in North Africa and Middle East

Paese/Country	$ milioni *millions* 2008	$ milioni *millions* 2009	% variazione *change* 2008-2009	% Previsione di crescita annuale *Forecast for annual increasing* 2009 -2014	$ milioni *millions* previsione *forecast* 2014
Algeria/*Algeria*	1.960	2.011	2,6	4,6	2.513
Egitto/*Egypt*	2.892	3.034	4,9	6,4	4.146
Iran/*Iran*	4.656	4.868	4,6	5,0	6.203
Israele/*Israel*	1.613	1.660	2,9	3,9	2.007
Kuwait/*Kuwait*	986	1.038	5,3	5,7	1.366
Libia/*Libya*	615	648	5,4	7,6	934
Marocco/*Morocco*	1.100	1.138	3,5	5,5	1.487
Qatar/*Qatar*	693	790	14,0	10,8	1.321
Arabia Saudita/*Saudi Arabia*	4.069	4.238	4,2	5,6	5.569
Tunisia/*Tunisia*	691	708	2,5	3,3	832
Turchia/*Turkey*	6.577	6.726	2,3	4,2	8.256
Emirati Arabi Uniti/*United Arab Emirates*	1.654	1.738	5,1	5,0	2.218
Totale/*Total*	**27.506**	**28.597**	**4,0**	**5,6**	**36.852**

Fonte: rielaborazione da dati Pira International Ltd - Source: drawn from data of Pira International Ltd

Materiali per il confezionamento di prodotti alimentari

Il mercato degli imballaggi di acciaio è da sempre condizionato dall'andamento dell'industria dei derivati del pomodoro, mentre le conserve vegetali e quelle ittiche hanno un ruolo minore. Altre due aree di rilievo comprendono le chiusure (tappi corona e capsule twist off) e i fusti fino a 200 litri per contenere e trasportare i semilavorati. Escludendo i fusti, nel 2009 gli imballaggi di acciaio hanno limitato il calo al 6%. La gamma degli imballaggi di alluminio è molto ampia: lattine per bevande, scatolette per il food e il petfood, chiusure, vaschette e altri contenitori ricavati da foglio sottile. Nel 2009, a fronte di un calo della produzione alimentare del 2%, la produzione di imballaggi in alluminio ha segnato un calo dell'1,8%. Gli imballaggi cellulosici raggiungono una quota del 22,5% sul totale in peso del packaging per alimenti. Al primo posto il cartone ondulato, utilizzato per gli imballaggi da trasporto (scatole e simili), per gli espositori e come imballaggio d'elezione per l'evasione degli ordini via e-commerce. Gli astucci pieghevoli sono impiegati in diversi settori: prodotti da forno, pasta, surgelati, tè e tisane e come cluster per bottiglie. Un cenno a parte merita il cartoncino che compone i poliaccoppiati. Più del 70% di questo mercato è assorbito dal confezionamento di liquidi alimentari (latte, succhi e simili), ma non mancano alcune nuove interessanti applicazioni nei settori biscotti e petfood. Il cerchio degli imballaggi cellulosici si chiude con sacchi e sacchetti per il settore dei prodotti da forno, della frutta e verdura fresca sfuse e della gastronomia. L'indice di produzione degli imballaggi cellulosici, presenta storicamente un trend migliore rispetto a quello delle attività manifatturiere. La crisi non l'ha risparmiato e lo scorso anno la produzione è scesa del 7,3%. Gli imballaggi di plastica continuano a sottrarre quote di mercato ai materiali concorrenti, complice il diffondersi dei monodose e il successo degli alimenti freschi da banco preconfezionati. Il 2008 era terminato con una contrazione dell'8% e nel 2009 si è avuto un altro arretramento del 9,6%. Il vetro continua a mantenere una leadership indiscussa per vino, birra e olio di oliva e soprattutto nei super alcolici (dove l'unico imballaggio è proprio la bottiglia di vetro). Nel settore dell'acqua minerale, il vetro non è più al primo posto, ma mantiene comunque volumi interessanti nei segmenti di fascia medio alta. Buono anche il posizionamento del vetro nelle passate e polpe di pomodoro, altrettanto degni di nota il suo ritrovato utilizzo nelle conserve vegetali e il nuovo impiego nelle zuppe pronte. Secondo Assovetro, nel 2009 il settore ha segnato una contrazione del 9,2%. Gli imballaggi di legno si attestano al 12,5% sul totale degli imballaggi consumati in ambito alimentare, sotto forma di cassette per ortofrutta, pallet e bin. L'Italia è il terzo paese produttore di imballaggi di legno in Europa dopo Francia e Germania. Un giro d'affari di 2,2 miliardi di Usd, 2.228 aziende operanti in Italia, circa 11.000 addetti e un volume di produzione che supera 3 milioni di tonnellate. Il 2009 è stato un anno di luci e ombre, il comparto ha registrato un - 23% d'imballaggi di legno circolanti in Italia, ma +5% di avvio al recupero, che per la prima volta supera il traguardo del 60% (era il 55,6% nel 2008).

Il vetro continua ad avere una leadership per vino, birra e olio di oliva

FOOD PACKAGING MATERIALS

Steel packaging market is strictly bound to the tomato industry, while vegetable and fish preserves have a supporting role. Two other relevant areas are closures (crown caps and twist-off capsules), and steel drums containing up to 200 liters of semi-finished goods. Omitting the drums, in 2009 steel packaging limited the decrease to no more than 6%. The range of aluminum packaging is broad: beverage cans, food and feed cans, closures, trays and other items derived from foil. In 2009 the food industry lost 2% of its volumes and the aluminum packaging market lost 1,8%. Cellulose packaging accounts for a 22,5% share of the total in weight of packaging used for foodstuffs. First come, the corrugated cardboard used as transport packaging (boxes and comparable solutions), displays and for the delivery of goods purchased on the web. Folding cases are used by many different industrial segments: bakery, pasta, frozen foods, herbal teas and as cluster for bottles and cans. The cardboard used for polylaminate containers is worthy of a special remark. More of 70% of this packaging market is used in the liquid food segment (milk, juices and other beverages), but there are also some interesting new applications in bakery and petfood industry. The list of cellulose packaging applications in the food market ends up with many different kinds of bags and wrappings brought into play by retailers for bakery goods, fresh vegetables and delicatessen. The cellulose packaging production index is historically higher than the one of the manufacturing sector. The crisis did not spare it and last year the production lost 7,3% in volumes. Plastic packaging continues to take market share away from competing materials, a situation due to the success of fresh portions, mainly of the individually packaged ones. The 2008 ended up with a reduction of the 8% in volumes and 2009 registered a further 9,6% reduction. Glass has an undisputed leadership for wine, beer, olive oil and spirits. In this last segment the glass bottle is the only packaging in use. In the mineral water sector glass is no more on the top of the list but shows satisfying quantities in the premium market. The glass is also much-used for tomato derivatives, and particularly remarkable is its renewed employ for vegetable preserves and ready to eat soups. According to Assovetro, in 2009 the glass packaging market for the foods area lost the 9,2% in volumes. Wood packaging accounts for 12,5% of the total of packaging consumed in the food segment, as crates for vegetables, pallets and bins. Italy is third in the list of the main wood packaging manufacturers in Europe, right after France and Germany. European turnover amounts to $ 2,2 billions. In Italy there are 2228 manufacturers, 11000 employees, and the production exceeds 3 millions tons. The 2009 was a year of shadows and lights, the wood packaging industry scored a -23% in volumes, but a +5% of recovered items, for the first time Italy exceeds the target of 60% (in 2008 the recover was 55,6%). ■