INTERVISTA A PAOLA PANTALEONI - AMMINISTRATORE DELEGATO GPP INDUSTRIE GRAFICHE SPA

Il settore cartotecnico è cambiato in profondità

Il settore cartotecnico è stato tra i primi a risentire della crisi. Secondo alcuni era prevedibile: frammentazione, eccesso di capacità produttiva, l'abitudine a pensare solo breve termine. Nei momenti difficili è necessario impostare una strategia che permetta non solo di salvare l'azienda, ma di aiutarla a crescere.
Questo lo spirito con cui il gruppo GPP Industrie Grafiche, uno dei principali gruppi italiani attivi nel packaging cartotecnico e nella visual communication, ha affrontato la crisi.
Ne parliamo con Paola Pantaleoni. In Italia il settore è frammentato e risente di una forte concorrenza, ma il 2009 è stato davvero un "annus horribilis". La domanda è calata all'improvviso in tutti i paesi europei. I consumi delle famiglie si sono fermati e molte aziende hanno reagito con una strategia lean thinking basata sul "non produrre niente fino al momento del bisogno". Gli utilizzatori si sono abituati a lavorare con i magazzini azzerati e con fornitori che rispondono in tempi record. Non è facile tornare indietro.

1. *Domanda in aumento nella prima parte dell'anno*
2. *Anche il cartoncino può migliorare sul versante dell'impatto ambientale*

Oggi si può parlare di ripresa?
Nei primi mesi del 2010 la domanda è aumentata, ma vi è stata anche una seria crisi del mercato delle materie prime, aggravata dal terremoto in Cile e dagli scioperi dei portuali in Svezia e Finlandia. Le cartotecniche stanno affrontando una grave perdita di marginalità.
Gli utilizzatori non sono disposti a modificare al rialzo i budget di acquisto, mentre le cartiere selezionano i clienti in base al prezzo ed alle condizioni di pagamento. Per contenere le perdite, l'intero settore ha dovuto cambiare mentalità e migliorare in termini di servizio, flessibilità, riduzione dei tempi di risposta.

UN NUOVO SETTORE CARTOTECNICO

Siamo di fronte a un nuovo settore cartotecnico?
Il "nuovo" mercato pretende elevata specializzazione, creatività e molta innovazione verificabile non solo in termini d'idee, ma anche di nuove tecnologie al servizio del cliente. La cartotecnica deve non solo di lavorare bene, ma deve anche guidare il cliente nella scelta e nell'utilizzo di nuovi materiali e di soluzioni a ridotto impatto ambientale.

Che cosa si è fatto per ridurre l'impatto ambientale del cartoncino?
Il consumatore considera i materiali cellulosici in genere ed il cartoncino in particolare facilmente riciclabili. Il cartoncino riciclato è passato dalle commodities ad un uso più ampio che coinvolge i prodotti d'alta gamma. L'overpackaging è un ricordo e la sfida si gioca sulla riduzione di pesi e spessori, a parità di prestazione delle confezioni, e sulla certificazione ambientale. GPP per esempio è certificato FSC, i nostri clienti hanno la garanzia di usare imballaggi ricavati da cellulosa proveniente da foreste sfruttate in modo sostenibile. Un altro tema caldo sono gli inchiostri a basso odore e bassa migrazione. Quanto alla creatività, diminuisce il ricorso a confezioni multi materiali. ■

The cardboard industry has changed profoundly

The paper industry was among the first to be affected by the global downturn. Some say it was predictable: too many companies, excess capacity and the habit of only short-term forecasts. Is it really so?
It's partially true; in Italy the paperboard industry is fragmented, surfers from intense competition and excess production capacity, but the 2009 was an "annus horribilis". The demand dropped in all European Countries. The households consumption decreased and many companies reacted with a "lean thinking" strategy, that's to say "do not produce anything until it's necessary". Packers are now accustomed to work with nearly empty warehouses and suppliers able to deliver in a very short time. Going back to the previous situation it's not easy.

Today can we speak of recovery?
The first months of 2010 have seen an increase in demand, but also a serious crisis in the commodities market, aggravated by the earthquake in Chile, and by the longshoremen strikes in Sweden and Finland. Cardboard companies are facing a serious loss of margins. Users are not prepared to touch up their buyers' budgets, whilst paper mills can choose customers upon price and payment terms. To hold down losses, the whole industry had to change attitudes and improve in terms of service, flexibility, reduced response times.

Are we facing a new paperboard industry ?
The "new" market demands high level of specialization, creativity and innovation. They must be verifiable not only in terms of ideas, but also of new technologies to serve the customer.
The paper company must prove to work well and also to guide customers in selecting and choosing new materials solutions with low environmental impact and much more.

What has been done to reduce the environmental impact of the cardboard?
For most of the people paper and cardboard are easily recyclable. The recycled cardboard is widely used also in high-end products. ■