

I DISTRETTI VENT'ANNI DOPO
La «packaging valley»
lungo la Via Emilia
► pagina 48

I distretti vent'anni dopo

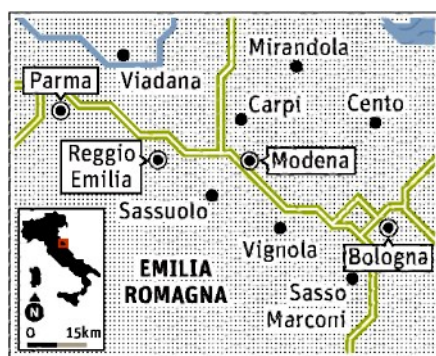
COME CAMBIANO I POLI DEL MADE IN ITALY

La «packaging valley» lungo la via Emilia

Tra Bologna, Reggio e Parma un business da 3,1 miliardi: il cluster è più forte del competitor Baden Württemberg

70. Le macchine emiliane per l'imballaggio

In 170 imprese si producono apparecchiature all'avanguardia per confezionare sigarette, medicine, cosmetici e alimentari



GLI ASSET VINCENTI

Strategici sia la diversificazione su settori-clienti anticiclici sia i costanti investimenti nell'innovazione: in media il 5% dei ricavi è destinato a R&S

Ilaria Vesentini

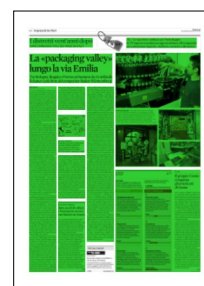
REGGIO EMILIA. Dal nostro inviato

■ Cento chilometri di eccellenza, una linea retta che solca l'Emilia e la crisi e sbocca nel baricentro bolognese per dimostrare ai mercati globali che si può essere leader anche in piena recessione, anche in un sistema-Paese come l'Italia, anche (e soprattutto) nel mezzo di una filiera a corto raggio e con costi superiori ai competitor. Il distretto delle macchine per l'imballaggio bolognese è unicum che sbalordisce nella cronaca economica dell'ultimo lustro: non un operatore, gran-

de o piccolo che sia, che si lamenti o che preveda quest'anno dinamiche di fatturato in calo, avendo tutti già superato di misura i valori pre-crisi con quote export oltre il 90% dei volumi; la disoccupazione non esiste; i tentativi di imitazione cinese fanno sorridere e la competizione tedesca, l'unica davvero temuta, è finora sempre stata contenuta a suon di innovazione e flessibilità.

In questo distretto che ha il cuore a Bologna e articolazioni tra Modena, Reggio e Parma, una recente ricerca della Fondazione Edison calcola si concentri un business da 3,1 miliardi con 170 imprese e 13mila addetti. Restringendo il fuoco sul fulcro bolognese i numeri scendono a 134 aziende, 11mila addetti e 2,4 miliardi di fatturato, ovvero il 60% dell'industria nazionale delle macchine automatiche rappresentata da Ucima. Un cluster che batte il diretto concorrente del Baden Württemberg per dimensioni, con i primi quattro big player (Coesia, Sacmi, Ima e Marchesini Group) che insieme valgono il 50% in più dei primi 4 big tedeschi. Qui, nella valle del packaging, si costruiscono apparecchi che dosano e impacchettano sigarette, medicine, saponi, cosmetici, bibite, alimenti, mobili... tutto ciò che ogni giorno passa tra le nostre mani con una confezione rigida o flessibile attorno.

Una diversificazione produttiva legata a settori-clienti anticiclici come alimentare e farmaceutica, accompagnata da costanti investimenti in innovazione (in media il 5% dei ricavi è per R&S) che spiega il perché questo



distretto si prepari a chiudere un altro bilancio in crescita di almeno 5 punti percentuali «e con un portafoglio ordini pieno, dunque con buone prospettive anche per la prima metà del 2013, avendo noi cicli produttivi lunghi, dai 6 ai 9 mesi», anticipa Maurizio Marchesini, che oltre a essere il presidente di Confindustria Emilia-Romagna è vicepresidente Ucima e ad dell'omonimo gruppo bolognese, fondato dal padre Massimo nel 1974 nel garage di casa, dove realizzò la prima macchina astucciatrice. Gli ultimi dati del Monitor Intesa Sanpaolo confermano un incremento del 6% dell'export nella prima metà del 2012 per un cluster secondo solo alle piastrelle di Sassuolo per presenza sui mercati globali (quest'anno supererà i 2 miliardi di euro contro i 2,4 della ceramica modenese).

Rispetto a vent'anni fa sono raddoppiati i fatturati della packaging valley ma non è cambiata la centralità della filiera di fornitura, vero asset strategico di questa nicchia manifatturiera, dove i terzisti specializzati - oltre 300 artigiani solo nel Bolognese - riescono a coprire tutte le fasi di lavorazione dei committenti. Così come non è una novità la vocazione internazionale, le cui radici affondano ai primi anni Ottanta. «È sicuramente cambiata, però, la geografia dei mercati, con un'Europa che pesa sempre meno, anche se arrivano segnali di ripresa, e Paesi come Bangladesh, Argentina, Kazakistan che si stanno facendo largo tra la Cina, cliente numero uno del distretto, e Usa», precisa Marchesini, alla guida del gruppo familiare con headquarter a Pianoro. Un borgo dell'Appennino bolognese da cui dipendono 800 dipendenti in Italia (dove è concentrata la produzione), altri 200 oltreconfine, un giro d'affari da 188,5 milioni e oltre 9mila linee installate nel mondo, di cui l'85% nel farmaceutico (con clienti come Novartis, Sanofi Aventis a Pfizer).

Al di là delle apparenze mastodontiche, i macchinari per l'imballaggio made in Bologna sono "creature" sartoriali, tagliate a misura del cliente, che sia il rossetto L'Oréal, il blister Pfizer o la scatola Nestlé. «La flessibilità è il nostro valore aggiunto ed è il risultato - prosegue il numero uno degli industriali emiliani - dell'efficientissima rete di servizio del distretto, dai software di progettazione all'assemblaggio finale. Qui basta una buona idea per iniziare l'attività, c'è tutto a disposizione, le barriere all'ingresso sono ridotte. Anche se oggi scontiamo il fatto di non poter più giocare sulla benefica svalutazione della lira per scaricare i maggiori costi per unità di prodotto, rispetto ai competitors tedeschi». E non è solo una questione di sistema-Paese a causare il gap: le macchine emiliane, che per qualità non hanno nulla da invidiare a quelle germaniche (e le superano per design e flessibilità) da sempre devono proporsi sul mercato a un euro in meno per il preconetto che la meccanica tedesca sia più perfetta della nostra.

«Il nostro vero handicap, però, resta il contesto penalizzante, e non parlo solo di fisco o burocrazia ma degli investimenti infrastrutturali rimasti fermi negli ultimi vent'anni mentre il distretto cresceva», afferma Alberto Vacchi, numero uno di Ima (Industria macchine automatiche), prima industria del settore a quotarsi in Borsa, era il 1995, per finanzia-

re l'espansione e managerializzare l'azienda, anche se il 66,2% delle quote resta tutt'oggi in mano alla famiglia. Con oltre mezzo secolo di storia alle spalle puntellato di acquisizioni e brevetti, 3.400 dipendenti (1.500 all'estero) tra la sede di Ozzano, i 22 stabilimenti produttivi e le 16 filiali commerciali dal Brasile alla Cina, Ima si prepara a superare quest'anno i 700 milioni di fatturato (il 91% è export), avendo chiuso i primi sei mesi (il 14 novembre sarà diffusa la terza trimestrale) con un exploit del +20,7%, «e con buone prospettive anche per il 2013», dichiara Vacchi. Nella packaging valley non ci sono disoccupati, «anzi, la manodopera specializzata è un tesoro da tenersi stretto, anche perché la formazione tecnica ha perso appeal negli ultimi anni e rischiamo di trovarci senza profili tecnici adeguati se non investiamo su un miglior collegamento tra aziende, istituti tecnici e percorsi universitari: Bologna sforna 100 ingegneri gestionali l'anno ma appena dieci ingegneri dell'automazione», prosegue il presidente e ad di Ima, che controlla il 70% del mercato globale delle macchine per il confezionamento del tè, da Twinings a Lipton.

La crisi non tocca le macchine automatiche ma c'è, ed è pesante, nella metalmeccanica, dove sono molte le vittime rimaste a terra tra le 4.800 piccole imprese della via Emilia, che tra tornitura fresature, saldatura interagiscono con la filiera del packaging, pur non essendo specializzate. «Il settore meccanico è sotto del 25% rispetto alle performance pre-crisi - nota Claudio Pazzaglia, referente di Cna produzione Bologna - a differenza del brillante polo del packaging, salvato dalle percentuali bulgare di export e dalla resilienza di alimentare, farmaceutica e cosmetica per cui lavora». Sono 307 gli artigiani specializzati nella filiera del confezionamento, almeno altri 5mila gli addetti che vanno sommati a quelli dell'industria. Una galassia che non soffre perché il lavoro abbonda ma la cui fragile struttura (l'85% ha meno di 20 addetti) rischia di frantumarsi alle prime difficoltà o al primo passaggio generazionale. È per questo che i big player sono molto attenti nel salvaguardare il lavoro lungo la filiera, al punto che il colosso cooperativo del cluster, la Sacmi di Imola (quasi un miliardo e mezzo di fatturato tra packaging, che pesa un 20%, e macchine per ceramica), ha appena lanciato sperimentalmente assieme a Cna il progetto "Qualificazione fornitura". Obiettivo: migliorare l'efficienza e ridurre i costi dei fornitori, attraverso l'analisi dei processi interni, per creare un club della fornitura in cui diffondere competitività e cultura del miglioramento continuo. E sempre Sacmi - leader mondiale, con il 90% del mercato, nelle macchine per la produzione di tappi in metallo e plastica e un export vicino al 100% dei ricavi - ha dato vita con Ima alla prima alleanza tra mondo capitalistico e cooperativo, la newco Cnmh, Carle&Montanari holding, specializzata in macchine per il cioccolato e prossima a chiudere il suo primo anno di attività poco sotto i 100 milioni di fatturato. «Un'alleanza che vogliamo allargare ad altri settori», prevede il dg Pietro Cassani, che nel roseo panorama della packaging valley avverte qualche timore per le nubi politiche, ma con forte impatto econo-

mico, addensatesi su Africa e Medio Oriente.

L'imperativo di fare massa critica attraverso alleanze e acquisizioni prende oggi il posto dell'inverso processo di "gemmazione", o spin-off, che vent'anni fa ha plasmato Pmi diventate leader di nicchia ai due estremi del globo. Come la Mc automations di Casalecchio di Reno (oggi al 51% di Acma-Coesia, vedi articolo a fianco), che dal suo piccolo controlla il 50% del mercato mondiale delle macchine per il confezionamento di cioccolatini: 30 dipendenti, 11 milioni di fatturato, tutta la produzione esternalizzata e che vende, dal Brasile all'Ucraina fino alla Nuova Zelanda, macchinari superspecializzati che incartano 800 cioccolatini al minuto (vent'anni fa ci si fermava a 300!). O la Imball di Sasso Marconi, imbattibile nelle scatole in fustellato, da quelle mignon per i mini-gelati Algida ai macicartoni Ikea, tutto prodotto da terzisti e destinato al 90% ai mercati stranieri. O, ancora, la Tmc-Tissue machinery company di Matteo Gentili, figlio d'arte - la famiglia era nel settore con la Panigal, poi sono subentrati i tedeschi - che sul finire dello scorso Millennio ha messo insieme, partendo da Cadriano, un network di 200 dipendenti e 100 milioni di fatturato che imballa carta igienica, da cucina e tovaglioli accaparrandosi la metà del mercato mondiale. «La nostra vera ricchezza - rimarca Gentili, che ha esternalizzato tutte le fasi produttive - è la filiera di terzisti. Dobbiamo tutelarla perché è lì che si gioca la nostra gara competitiva con i tedeschi».

Non solo un grande distretto, dunque, ma un distretto «virtuoso che forse neppure i bolognesi conoscono nella sua eccellenza», sottolinea Daniele Vacchi, segretario generale di E.R.Amiat, la neo-nata associazione che mira a fare lobby in sede europea per dare voce alle istanze dell'automazione industriale emiliana (rappresenta 5 miliardi di fatturato e 16 mila addetti, tra cui tutti i big dell'imballaggio). E se alla packaging valley bisogna proprio trovare un difetto, è «che negli ultimi 15 anni - conclude Vacchi - abbiamo avuto così tanto lavoro da sbrigare da non aver

avuto il tempo di fare salti tecnologici, quell'innovazione di rottura che sbalordisce e spalanca nuovi mercati».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

NELL'ANTICA FORNACE

Sette secoli di cultura e formazione tecnica racchiusi in un museo

■ Ci sono sette secoli di storia e cultura industriale dietro all'attuale eccellenza bolognese nell'automation machinery. Dalle ruote idrauliche del XV secolo che hanno trasformato Bologna nella "città dell'acqua e della seta" che esportava filati e veli in tutto l'Occidente alla meccatronica del nuovo Millennio che è la linfa innovativa sia del packaging sia della motoristica. Un'evoluzione accompagnata negli ultimi 160 anni dall'Istituto Aldini-Valeriani, una delle più antiche scuole tecniche d'Europa, cui si deve la diffusione di formazione e innovazione nel territorio emiliano, dalla base operaia ai vertici imprenditoriali.

Sette secoli, conclusi negli ultimi cent'anni con il processo di gemmazione aziendale che ha dato forma alla filiera dell'automazione così come oggi la conosciamo, che si possono ripercorrere nel Museo del patrimonio industriale di Bologna. Un'esposizione-laboratorio creata all'interno di una fornace di laterizi di fine Ottocento ristrutturata, che parte dagli archivi storici dell'Istituto Aldini-Valeriani: tra macchinari, prototipi, plastici, modelli funzionanti ed esperimenti scientifici, il distretto trova qui la sua legittimazione produttiva, raccogliendo i progressi tecnici del passato per orientare lo sviluppo futuro.

I. Ve.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**IL RATING
DEL SOLE****Il punteggio**

Attraverso una griglia di 12 variabili ciascun distretto è definito nei suoi punti di forza e di debolezza. Nella «packaging valley emiliana» spiccano internazionalizzazione, produttività e

innovazione. Più in ombra costo del lavoro, attrattività e le dimensioni d'impresa.

IL GIUDIZIO**PUNTI DI FORZA****1****INTERNAZIONALIZZAZIONE**

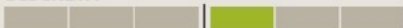
A determinare le brillanti performance del distretto del packaging bolognese è innanzitutto la vocazione ai mercati globali: la quota export raggiunge in media il 95% del fatturato e le big company hanno controllate e filiali in tutti i principali mercati di riferimento, pur mantenendo cuore produttivo e R&S in Emilia

ALTA**2****PRODUTTIVITÀ**

L'eccellenza tecnologica del distretto è frutto della perfetta organizzazione del lavoro in filiera, con una rete di sbufornitura industriale specializzata e perfettamente integrata con i marchi. Un assetto distrettuale che ancora oggi permette un ottimo controllo dei costi e macchine customizzate

BUONA**3****INNOVAZIONE**

Se ancora oggi la Cina non fa paura al distretto bolognese è perché la costante innovazione incrementale rende difficilissimo copiare le macchine per l'imballaggio made in Emilia. Meno vivece, invece, l'innovazione radicale, anche per il timore che faccia concorrenza "in casa" a prodotti propri già affermati sul mercato

DISCRETA**PUNTI DI DEBOLEZZA****1****COSTO DEL LAVORO**

Se prima del debutto dell'euro si potevano compensare sovracosti e gap di prezzo finale (a parità di prodotto e qualità) rispetto ai concorrenti tedeschi grazie alla svalutazione della lira, oggi questo differenziale pesa sui margini delle aziende e quindi sulle capacità di investimento

BASSA**2****ATTRATTIVITÀ**

Il primato bolognese di cluster mondiale delle macchine automatiche è messo in pericolo dalla scarsa capacità del territorio di reagire e adeguarsi alle istanze del mondo produttivo: negli ultimi vent'anni gli investimenti infrastrutturali si sono fermati e i mancati investimenti iniziano a pesare sulla competitività delle imprese locali

SCARSA**3****DIMENSIONI D'IMPRESA**

A parte la manciata di colossi che si contendono i mercati globali, le aziende del distretto sono di piccola taglia: su 307 artigiani nella filiera bolognese del packaging, 250 hanno meno di 20 addetti. Una fragilità insita nella storia del distretto: oggi non pesa solo perché la fase espansiva di mercato garantisce lavoro a tutti

INSUFFICIENTE**Il caso**

Il gruppo Coesia conquista gli americani di Oystar

È cresciuta nell'ultimo triennio del 50%, tra sviluppo organico e per linee esterne e si prepara a toccare quest'anno i 1.200 milioni di fatturato attraverso una galassia di 12 compagnie, 60 unità operative in 27 Paesi e 5 mila dipendenti. Nonostante tutto, però, il gruppo Coesia – leader indiscusso nelle macchine per il confezionamento, con clienti che spaziano dall'health&beauty all'alimentare, dal tabacco all'aerospaziale – resta una tipica azienda familiare, radicata anima e corpo a Bologna: il capitale è tutto in mano a Isabella Seragnoli, figlia del fondatore Enzo che alla fine degli anni Trenta acquistò l'azienda di motociclette Gd per farne il numero uno al mondo nel packaging di sigarette.

Un percorso di internazionalizzazione, attraverso un oculato shopping in giro per il globo, «iniziato già negli anni Ottanta e che non si è mai arrestato, portando l'attuale quota di fatturato estero al 98 per cento», raccontano i vertici del colosso glocal che non ha mai amato parlare e far parlare di sé. L'ultimo tassello nel fitto puzzle della compagnia è stato inserito a fine ottobre: l'impero Seragnoli ha infatti firmato l'accordo (manca solo il via libera dell'Antitrust) per acquisire il 100% della Oystar North America, del gruppo Oystar, 160 milioni di euro di fatturato, 550 addetti nei due stabilimenti americani, 70 brevetti internazionali, leader sul mercato nordamericano nel packaging alimentare e di beni di consumo.

Se il peso del mercato Italia è oggi praticamente azzerato, «la produzione, invece, è sempre stata e resterà qui nella packaging valley – assicura la dirigenza – grazie a una rete di fornitori e a una cultura dell'innovazione inimitabili». Con 2.400 brevetti depositati, Coesia – che ogni anno investe in media il 6% dei ricavi in R&S e ha un team dedicato di 500 tra designer e tecnici – è il terzo gruppo in Italia per innovazione, superato solo da ST Microelectronics e il Centro ricerche Fiat.

I. Ve.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ad alta specializzazione. Il polo bolognese di macchine per l'imballaggio è un unicum nel panorama mondiale per la ricchezza di gamma. Sopra, una macchina a compressione per produrre tappi in plastica della Sacmi di Imola. Qui a destra e sotto, due immagini del Museo del patrimonio industriale, culla della storia meccanica del distretto: un pannello che descrive lo sviluppo a spin-off nel packaging da inizio Novecento dietro a un'impacchettatrice verde di sigarette Gd e, sotto, un impianto Ima del 1965 per confezionare tè in bustine; sotto, a destra, un modello recente di Ima per confezionare cioccolato

