

Agroalimentare

Il packaging alimentare vale 4 miliardi Sfida alla Germania sull' innovazione «Industria 4.0? Per noi è la norma»

ANDREA BONZI

Andrea Bonzi BOLOGNA DALLE cassette per la frutta ai cartoni del latte, passando per le mille tipologie dell' impacchettamento, dalle confezioni dei fast food alle pellicole che avvolgono i vassoi di carne e verdura. L' elenco potrebbe continuare all' infinito e non renderebbe comunque l' idea di un comparto - quello del packaging alimentare e delle bevande - complesso e articolato. Un mercato che vale in Italia quasi 4 miliardi di euro, oltre la metà del totale del packaging industriale (che, a fine anno, dovrebbe superare i 7 miliardi di fatturato). Secondo gli ultimi dati di Ucima, l' associazione di Confindustria che raggruppa le aziende più rappresentative del settore, a fine 2017 sarà registrata una crescita di vendite di oltre il 6% sia in Italia sia all' estero (dati dell' intero settore), con una propensione all' export media dell' 80% del fatturato. «Ce la giochiamo con i tedeschi, con cui dividiamo il 50% del mercato, 25% circa a testa - esordisce il direttore generale di Ucima, Paolo Gambuli -. È un settore a forte vocazione meccatronica, con circa 30mila addetti sul territorio nazionale». È SOPRATTUTTO all' estero che il comparto 'tira' forte, con colossi come la bolognese Ima (numero uno mondiale dell' impacchettamento del té, anche se il food non è la sua unica vocazione) e la multinazionale Tetrapack, che, nel lontano 1965, scelse proprio la packaging valley emiliana come prima sede fuori dalla Svezia, e che oggi, tra Reggio Emilia e Modena, dà lavoro a oltre 1.200 dipendenti. E ancora c' è la Sacmi, cuore e cervello a Imola ma ramificazioni in ben 28 Paesi, e la Ocme di Parma, che fabbrica bottiglie in pet, brick e lattine. «Basta guardare sugli scaffali di un supermercato per capire quale rilevanza abbia il settore food & beverage sul totale dell' industria del packaging - spiega Gambuli -. È facile comprendere il perché: cresce il fabbisogno di consumi a latitudini sempre più remote, perché questi cibi possano arrivare anche in mezzo all' equatore senza deteriorarsi, c' è bisogno di una ricerca

AGROALIMENTARE

Il packaging alimentare vale 4 miliardi Sfida alla Germania sull'innovazione «Industria 4.0? Per noi è la norma»

LE CIFRE DEL SETTORE

- IMBALLAGGI BEVERAGE: 1,82 MILIARDI di euro di fatturato, 80% proveniente dalle esportazioni
- PACKAGING FOOD: 1,97 MILIARDI di fatturato, 79% derivante dall'export
- TOTALE 3,79 MILIARDI DI RICAVI (con il 70% del fatturato del comparto packaging)

LE AZIENDE: UNO SGUARDO AL FUTURO

Un'impresa su tre crescerà del 10%

La spesa del settore packaging chiederà l'anno in dollari ridotti: il 30% di loro prevede una crescita del fatturato del 10% o più, il 70% un incremento dell'export (Observatory pack time)

Food convenience boom interno

La Mera del Food team è convinta: i piatti pronti da consumare in tavola alla fine del 2017 un boom dell'11% del fatturato per effetto soprattutto di consumi interni. Da anche l'innovazione.

Bevande, aumenti per l'80% delle ditte

Il fatturato globale 2017 del packaging beverage (bevande di frutta, latte, ecc.) sarà in crescita per il 70% delle aziende, con forte aumento, specie a gennaio, di bevande analcoliche. Da anche l'innovazione.

Un'impresa su tre crescerà del 10%

La spesa del settore packaging chiederà l'anno in dollari ridotti: il 30% di loro prevede una crescita del fatturato del 10% o più, il 70% un incremento dell'export (Observatory pack time)

Il fatturato globale 2017 del packaging beverage (bevande di frutta, latte, ecc.) sarà in crescita per il 70% delle aziende, con forte aumento, specie a gennaio, di bevande analcoliche. Da anche l'innovazione.

Un'impresa su tre crescerà del 10%

La spesa del settore packaging chiederà l'anno in dollari ridotti: il 30% di loro prevede una crescita del fatturato del 10% o più, il 70% un incremento dell'export (Observatory pack time)

Il fatturato globale 2017 del packaging beverage (bevande di frutta, latte, ecc.) sarà in crescita per il 70% delle aziende, con forte aumento, specie a gennaio, di bevande analcoliche. Da anche l'innovazione.

continua sui modi per confezionarli». La maggior parte delle aziende è localizzata appunto in Emilia-Romagna (36,9%) dove viene prodotto il 62,1% del fatturato totale. Il modello è strutturato in 'rete', che - sfruttando la forte componente meccatronica e tecnologica del comparto - ha ampliato e, di fatto, superato la classica suddivisione in distretti. Per questo, la ricerca di nuovi talenti nel campo dell' ingegneria e dell' informatica è costante. E la carenza di queste figure si sente sempre di più. «Siamo tra i Paesi più avanzati nel mondo dei beni strumentali - osserva il direttore generale di Ucima -, nel quale l' Italia compete con Germania, Giappone e Stati Uniti (la Cina è un discorso a parte). Abbiamo bisogno di università e reti informatiche di primo ordine: abbiamo fame di ingegneri ma non solo, di tutti quei profili che escono dagli atenei scientifici. Purtroppo la domanda supera strutturalmente l' offerta, e, nonostante i rapporti stretti con le università, ad esempio quelle di Milano e Bologna, in qualche caso le nostre aziende sono costrette a rivolgersi all' estero anche all' estero». Per la stessa ragione - cioè la necessaria vocazione all' innovazione continua - il superammortamento introdotto e confermato nella legge di Stabilità non ha prodotto spinte impressionanti sul mercato interno. «L' INDUSTRIA 4.0 è un concetto con cui le aziende del packaging hanno una forte familiarità - insiste Gabuli - a livello di cultura imprenditoriale per noi non è stato un impatto sconvolgente. Chi fa beni strumentali, negli ultimi 10-15 anni, ha dovuto fare i conti con la connessione dati fra macchine, i sistemi di gestione, le reti, sono concetti non nuovi. Altrimenti non avremmo conseguito certi risultati a livello internazionale». Una ricerca continua che si vede anche nel mondo dell' impacchettamento alimentare. «Gli imballaggi biodegradabili sono molto richiesti dalle aziende, c' è una crescente sensibilità sociale sul rispetto dell' ambiente e, anzi, trovo che spesso non sia evidenziato il ruolo proattivo dell' industria del confezionamento». Un' attenzione che abbraccia più temi, dall' igiene di utilizzo alla **sicurezza alimentare**. Da un lato, dunque, servono confezioni sempre più protettive e sane, dall' altro lo scarto che risulta dopo l' utilizzo deve, al contrario, deteriorarsi lasciando pulito l' ambiente. «Un problema per il futuro, una sfida tecnologica e sui materiali che le nostre aziende portano avanti da tempo» chiude Gabuli.