

Territori

IMA, Marchesini, Robopack e non solo. Alla scoperta di uno dei distretti italiani che vincono nel mondo

di Antonella Bersani

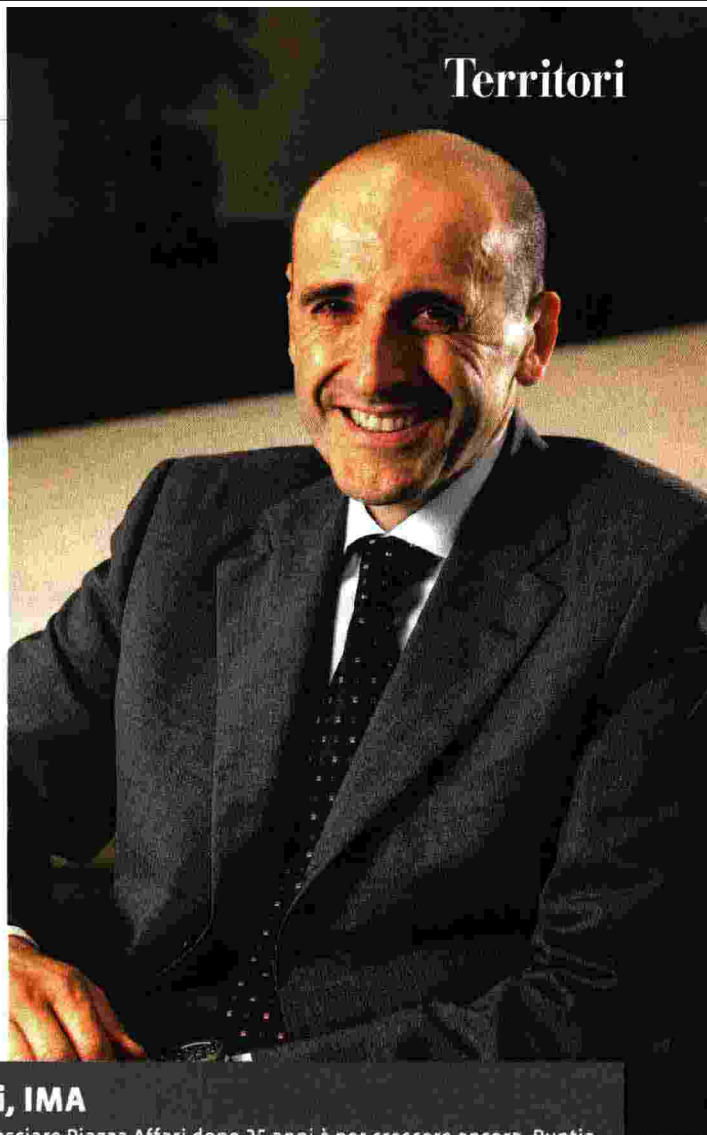
Lungo la Packaging Valley

«I dati preliminari ci dicono che il 2020 ha tagliato il fatturato del 5%, ma le nostre aziende sono resilienti e il boom è alle porte», dice Matteo Gentili, presidente di Ucima, l'associazione che riunisce le imprese di settore.

Fatto ancora più interessante, è che il distretto non guarda a un boom legato esclusivamente al rimbalzo dei consumi post-pandemia, ma a una più grande sfida internazionale fatta di «ecosostenibilità, intelligenza artificiale e di velocità di azione e reazione, su cui si miserà in futuro la capacità di competere sui mercati», spiega Alberto Vacchi, ex presidente di Confindustria Emilia e amministratore delegato di IMA, leader mondiale nelle macchine automatiche per il processo e il confezionamento di prodotti farmaceutici, cosmetici, alimentari, tè e caffè.

La sfida è stimolante. Soprattutto alla luce dei tanto attesi 209 miliardi del Recovery Fund europeo, il nuovo «Piano Marshall» che questa volta potrebbe innestarsi su un'industria già consapevole del proprio valore e delle scelte da fare.

«È evidente che non possiamo perdere un treno che non si ripresenterà più per i prossimi 40 anni», continua Vacchi. «Si tratta di fare debito buono per finanziare progetti credibili e capaci di ripagarsi, di generare lavoro e rilancio dei territori. Insomma, quei progetti capaci di produrre un salto tecnologico e un allargamento delle filiere. Forse si dovrebbero privilegiare le grandi aree di eccellenza. E in-



Alberto Vacchi, IMA

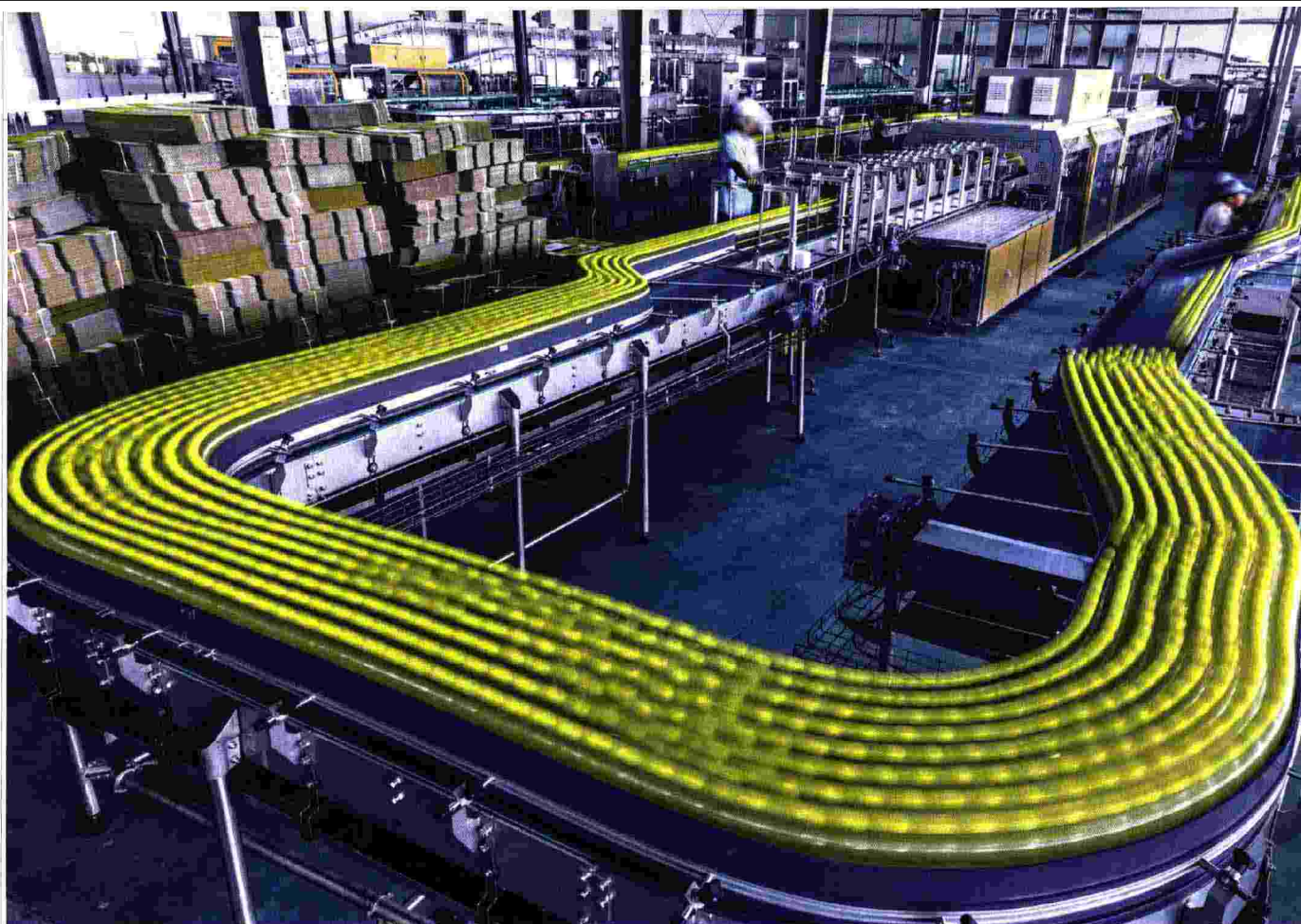
«Se abbiamo scelto di lasciare Piazza Affari dopo 25 anni è per crescere ancora. Puntiamo ad acquisire aziende sia di nicchia che di grandi dimensioni in Cina e negli Usa, ma ragionando su un arco temporale più ampio delle relazioni trimestrali di Borsa, che devono rendere giustamente conto agli investitori».

Così il presidente e ceo di IMA, Alberto Vacchi, 56 anni, spiega il delisting e il patto con BC Partners. «Abbiamo dimostrato la nostra forza con la fornitura a tempo record dei macchinari per le mascherine chirurgiche, limitando la cig ai primi mesi di emergenza», insiste Vacchi, noto per aver presieduto sia Unindustria Bologna che Confindustria Emilia. «L'obiettivo ora è sviluppare filiera e innovazione. Nessun disimpegno della famiglia nella proprietà».

Nata nel 1961 a Ozzano dell'Emilia (Bologna) la IMA è oggi un colosso mondiale delle macchine automatiche per il packaging per la farmaceutica, cosmetica e alimentari. Oggi conta 46 stabilimenti, 6.200 dipendenti (2.400 all'estero) e un export di quasi il 90%. I primi 9 mesi del 2020 parlano di 1.015,8 milioni di ricavi e di 144,6 milioni di margini operativi lordo.

vestire in quei settori di punta capaci di dare l'esempio e di trainare le imprese più deboli, prive al momento delle giuste dimensioni per competere sui mercati internazionali ma con grandi competenze da sfruttare».

Il distretto del packaging vale oggi 7.639 miliardi di fatturato (in calo del 5%) e ha sia esperienze che idee da mettere a disposizione. Trainate da colossi mondiali come IMA, Marchesini, Coesia, Aetna e Sacme le 616 aziende d'a- ➤



► rea, per lo più familiari, sono cresciute in dimensioni e organizzate in filiera, si muovono agevolmente tra fusioni e acquisizioni, hanno risposto a ogni crisi con un salto in avanti nell'innovazione tecnologica e risultano, insieme con la farmaceutica, uno dei settori in assoluto più resistenti dell'industria italiana.

Se oggi un impianto su tre nel mondo parla italiano, è infatti soprattutto merito di questo distretto, che ha fatto della personalizzazione dei macchinari e della flessibilità la sua arma contro la concorrenza della meccanica tedesca.

Anche in questo inizio d'anno pandemico il fermento territoriale è palpabile.

Dopo ben 25 anni di listino, il co-

losso IMA ha appena lasciato la Borsa dopo un accordo con il fondo BC Partners (oggi al 45%) per allargare la sua potenza di fuoco e prepararsi a nuove acquisizioni negli Usa e in Cina. Marchesini Group ha aperto nella sede di Pianoro una nuova divisione produttiva dedicata alla galassia cosmetica: 5mila metri quadrati e un centinaio di nuove assunzioni entro l'anno per replicare nel settore beauty la sua esperienza negli impianti per la produzione di vaccini.

Ed Enrico Aureli, amministratore delegato di Robopac,

azienda di punta della holding Aetna specializzata in impianti per il fine linea e l'intralogistica, non nega di avere «non pochi dossier sul tavolo» e di ambire a «fare presto un passo in Germania».

Il fulcro della resilienza della Packaging Valley, concentrata sull'asse emiliano-romagnolo con qualche estensione in Lombardia, è da sempre la filiera, dove le competenze sono messe a fattor comune e tutto funziona come se il territorio fosse un'unica grande impresa strutturata e flessibile. Ne sono testimoni sia colossi stranieri come la Philip

Morris e Tetrapack, che hanno scelto di impiantare qui i loro stabilimenti regolando lavoro e

Il distretto del packaging vale oggi 7.639 miliardi di fatturato e ha sia esperienze che idee da mettere a disposizione

investimenti. Sia piccole imprese nate da poco come la Easysnap di Andrea Taglini, che due anni fa ha brevettato una mini-confezione apribile con una mano sola semplicemente piegandola. «Produciamo sia macchinari che il prodotto, e devo tutto al distretto e ai suoi servizi. Altrove non avrei trovato né risorse, né competenze e non sarei passato da - 2 a 12 milioni di fatturato in tre anni».

Sono spesso le grandi imprese a favorire nuove aperture «che sono un bene per tutti», dice Vacchi. «Nel 2008 la grande crisi stava falciando i piccoli artigiani e allo

Territori



Valentina Marchesini, Marchesini Group

Marchesini Group, 465 milioni di fatturato, 11 stabilimenti per 2mila dipendenti e 23 società controllate (14 all'estero) ha da sempre il suo core business nella produzione di impianti per l'industria farmaceutica, cui si affianca l'attività nel mondo della cosmetica «e va da sé che l'attivazione immediata di piani di crisi ha permesso di cavalcare la forte domanda proveniente dalle aziende del settore, senza cassa integrazione, traendone forza per continuare i piani di espansione nel beauty», racconta Valentina Marchesini, nipote del fondatore Massimo e figlia del presidente Maurizio, oggi nel direttivo della Confindustria nazionale.

Spieghiamo meglio: il vaccino russo Sputnik V contro il Covid è prodotto su macchinari Marchesini, convertiti in corsa a questo scopo. Altri impianti marcano a pieno ritmo in aziende italiane che lavorano su vaccini AstraZeneca e Johnson&Johnson e nuovi progetti per la lotta al virus stanno nascendo in America Latina. Nel frattempo, il gruppo di Pianoro ha inaugurato la sua nuova divisione cosmetica da 5mila metri quadrati. «La divisione integra un'azienda brianzola di rossetti da poco acquisita, la Cosmatic», continua Marchesini. «Può sembrare assurdo che in tempi di mascherine si investa sui rossetti, ma se pensiamo al boom delle tinte casalinghe per capelli in tempo di Covid, ci è chiaro che il desiderio di cura e bellezza resta forte. Avevamo già in mente questa operazione e non ci siamo fermati».

Negli ultimi 4 anni Marchesini ha effettuato ben 20 acquisizioni, raddoppiando i ricavi.

stesso tempo eravamo pressati dai mercati a trovare componenti a prezzo competitivo. Così abbiamo fatto la scelta di sostenere le imprese più piccole facendo fare loro un salto di qualità e rinunciando invece a cercare pezzi a basso prezzo in Cina».

nuovi materiali sostenibili sono oggi al centro delle scelte europee, ma il distretto del packaging non lo scopre oggi. «La digitalizzazione dei nostri macchinari è cominciata da tempo, prendendo spunto dai tedeschi e scoprendo di non essere poi così indietro nemmeno sotto questo aspetto», ➔

Una scelta solidale dunque, ma anche strategica che ha regalato velocità, struttura e flessibilità a tutte le imprese del territorio, perché nel distretto non esiste la competizione fratricida.

Robopack si occupa di fine linea, senza disturbare il macchinario da confezionamento di altri. Nuove imprese nascono con particolari competenze digitali per la realizzazione di un particolare componente. I big assemblano e e personalizzano, «mentre nascono sempre nuovi settori da coprire come la nutraceutica, campo inesplorato sino a pochi anni fa ma oggi molto importante», fa notare ancora Gentili.

Insomma, c'è sempre posto. Tutti per uno e uno per tutti. «Io stesso presiedo un'azienda, la TMC che qualche anno fa è stata acquisita da IMA. E bisogna continuare con questo circuito virtuoso, per sviluppare nuove competenze ma anche per far crescere le aziende più piccole. Ci attendono infatti nuove sfide importanti come quella green. Gli imballaggi stanno virando verso materiali compostabili, che in futuro saranno anche biodegradabili. I sistemi di confezionamento cambieranno e di conseguenza anche i macchinari: dobbiamo essere pronti».

Il distretto si sta dunque attrezzando per atterrare su un nuovo pianeta, in una corsa all'innovazione che investe anche chi non costruisce macchine bensì prodotti per il confezionamento come la Pelliconi, leader mondiale dei tappi con 180 milioni di ricavi e 600 dipendenti. «È da tempo che lavoriamo per la transizione green», testimonia Marco Checchi, ceo e presidente della filiera del packaging di Confindustria Emilia. «Abbiamo già ridotto del 30% lo spessore dei metalli dei tappi a corona, stiamo sostituendo la parte interna in pvc con polietilene puro e siamo i primi al mondo a produrre tappi per omogeneizzati senza plastica. Essendo i nostri prodotti legati a consumi anche casalinghi, in questo periodo abbiamo tenuto. Ma stiamo già vedendo una fortissima ripresa: appena si allentano le chiusure infatti, le persone hanno voglia di consumare e in Cina stiamo già tornando a crescere del 30%».

L'innovazione digitale e l'utilizzo di

Territori


Enrico Aureli, Robopac e Ocme (AETNA Holding)

Enrico Aureli, amministratore delegato di Robopac e Ocme, aziende cardine della holding di famiglia, lavora al green new deal da tempo. Un anno fa ha organizzato a Bologna come presidente Ucima il *Packaging speaks green*, primo forum internazionale sullo sviluppo dell'economia circolare nel packaging, adoperandosi con il ministro dell'Economia, Roberto Gualtieri, per avviare un tavolo di lavoro tra istituzioni e produttori. «Qui si tratta di essere veloci e di organizzarsi, forti del genio italico e dei progetti per il recovery fund», spiega. «Nel distretto abbiamo esperienze da sostenere e da cui prendere esempio, per potenziare anche altre filiere e sviluppare nuove idee». Aureli le ha già illustrate lo scorso novembre nella sede di Castel San Pietro (Bologna), dove ha organizzato anche *Greenovation*, tre giorni di incontro virtuale per presentare al mercato le principali novità e dimostrare che il green è anche una leva per la produttività. Robopac, 350 milioni di ricavi, è la prima azienda di un gruppo nato nel 1982 e che offre una linea completa di macchine per il fine linea di qualsiasi prodotto dell'alimentare, farmaceutica, automotive, logistica e cura personale. Conta 9 impianti produttivi, 100 brevetti e 150mila macchine installate nel mondo.

► racconta Valentina Marchesini, componente del board dell'omonima azienda di famiglia. «Grazie al programma industria 4.0 abbiamo fatto passi da gigante e adesso ci aspettiamo almeno di poter continuare su questa strada, perché se abbiamo retto è soprattutto grazie all'innovazione digitale».

Un esempio: nel settore è prassi accogliere una delegazione del cliente in presenza per effettuare un test dei

L'innovazione digitale e l'utilizzo di nuovi materiali sostenibili sono al centro delle scelte del distretto del packaging

macchinari prima della spedizione, e il Covid rischiava di bloccare ordini e consegne, ma le imprese si sono subito adattate utilizzando telecamere e dispositivi per la comunicazione dei dati a distanza: «Abbiamo lasciato fare i nostri giovani», continua Marchesini, «riuscendo a guidare le installazioni e testare gli impianti a distanza. Un sistema che ha funzionato e che replicheremo».

Anche IMA sta avviando nuovi progetti che puntano sull'intelligenza artificiale e il trend è ormai inarrestabile. In questo territorio che vive al 79% di export, servono dunque macchine sempre più intelligenti e connesse, che il distretto spera di sviluppare con l'arrivo del Piano governativo di transizione al digitale da 24 miliardi «da affiancare a iniziative di sburocratizzazione e di riduzione del costo del lavoro», conclude Marchesini.

La packaging Valley nasce nei lontani anni 20 con il cavalier Gazzoni e il suo stabilimento per la produzione dell'Idrolitina, cui si affianca la ACMA, l'azienda nata per meccanizzare il confezionamento delle sue bustine. Sono poi arrivate la AGB e la IMA e via via tutte le altre in una «gemmazione» mai interrotta.

«La filiera ha certamente beneficiato della vicinanza con la Motor Valley, l'eccellenza della meccanica da cui abbiamo trasferito competenze sviluppando nuovi brevetti», commenta anche Enrico Aureli, amministratore delegato di Robopac e Ocme. «Ma soprattutto abbiamo imparato a lavorare con chiunque senza pestarci i piedi

a vicenda. Una regola aurea cui nessuno viene meno». Nel 2020 è stato Enrico Aureli, già presidente di Ucima, a battersi con vigore perché il codice Ateco delle aziende del packaging fosse inserito tra quelli essenziali e si continuasse a produrre. «Il 56% del fatturato locale proviene infatti dall'industria alimentare, seguita da farmaceutica e cosmetica. Non potevamo fermarci, abbiamo costituito unità di crisi e reagito. Ora, guardiamo oltre». ■