

MONOPOLI

Il packaging di Aetna group è **indistruttibile** e guarda alla Cina

Nata da una costola di Scm, la creatura di Alfredo Aureli fornisce big come Nestlé e Coca Cola

di Massimo Degli Esposti

Dopo lo shopping dell'anno scorso in Spagna, Brasile e Stati Uniti c'è ora la Cina nel mirino di Aetna Group, la holding che in Emilia-Romagna controlla Robopac, Dimac e Prasmatic. A giorni potrebbe infatti maturare un accordo di joint venture con un imprenditore locale per produrre direttamente nel paese asiatico le sofisticate macchine per l'imballaggio destinate a quel continente. Con le ultime acquisizioni il gruppo riminese è passato dai 104 milioni di euro di fatturato 2014 a circa 150 milioni con quasi 600 dipendenti. Ma l'obiettivo è ancor più ambizioso: crescere del 50% entro il 2018. Già oggi, tuttavia, Aetna è nell'Olimpo della packaging valley emiliano-romagnola, a fianco delle più celebrate Gd, Ima, Sacmi e Marchesini. Soprattutto perché, pur essendo la più piccola delle grandi, è la sola tra queste a poter vantare una leadership incontrastata in una nicchia di mercato dove il principale concorrente al mondo vale meno della metà. Negli stabilimenti Robopac di Verucchio e San Marino e in quelli Dimac e Prasmatic di Bologna, il gruppo produce e vende ogni anno, per il 93% all'estero, 8.000 macchine per l'imballaggio di pallets con film plastico estensibile, fardellatrici e incartatrici. Ognuna su misura di clienti che si chiamano Coca Cola, Pepsi, Nestlé, Unilever per un totale di 150 mila macchine attualmente in funzione nel mondo. La scorsa estate ha acquisito un'azienda in Spagna, la Syntech, due in Brasile, la Imsb e la Rotac, e in novembre è sbarcata negli Usa rilevando la maggioranza della TopTier di Portland. L'altra particolarità riguarda il proprietario Alfredo Aureli, un big dell'imprenditoria emiliano-romagnola che però deve la sua notorietà a tutt'altra azienda — il colosso riminese delle macchine per la lavorazione del legno Scm Group (520 milioni di fatturato l'anno scorso con oltre 3 mila dipendenti) — dove ha ricoperto per 35 anni la carica di amministratore delegato, presiedendo nel frattempo la Fondazione Cassa di Rimini. Nell'estate del 2013 Aureli, classe '44, ha lasciato il timone al nipote Andrea, figlio del fratello Adriano, e ora è solo uno dei quattro consiglieri che in cda rappresentano le due famiglie dei fondatori, Aureli e Gemmani, ciascuna con il 50% esatto. Può dedicarsi così ad Aetna, per anni rimasta nel gruppo come progetto di diversificazione, e ora interamente di sua proprietà. «Tutto cominciò nei primi anni 80 — racconta — quando ci proposero di rilevare una micro azienda bolognese, la Robopac, che produceva su licenza americana un robot semovente a batteria per avvolgere film plastico. Ci parve l'occasione



Clienti
Ci facciamo spedire un carico per il test che regolarmente ci arriva danneggiato per quasi la metà. Quando glielo restituiamo, è perfetto

per entrare in un settore con una diversa ciclicità rispetto alle macchine per il legno. Però in quegli anni andavano troppo bene le cose in Scm per lasciarci il tempo di pensare ad altro. Così proposi ai miei soci di scorporarla dal gruppo e rilevarla in proprio. Devo dire che non me ne sono pentito». Oggi, affidato alle cure dei due figli Enrico e Valentina (il primo ingegnere, la seconda bocconiana con master in finanza, entrambi amministratori delegati), i più giovani della terza generazione Scm il gruppo Aetna ha rapidamente scalato posizioni sul mercato mondiale, via via



Famiglia
A sinistra Alfredo Aureli fondatore di Aetna in mezzo ai due figli Enrico e Valentina, amministratori delegati del gruppo. Sotto il Technology Lab dove si testano i pallet

passando dalle piccole macchine avvolgitrici ai grandi impianti di fine linea in grado di stabilizzare e movimentare pallets di ogni altezza e dimensione. «La nostra intuizione — spiega Aureli — è stata concepire l'imballaggio come il primo anello della logistica; quindi studiare soluzioni che minimizzassero il rischio di danneggiamento durante il trasporto. Pensi che la sola Walmart deve fronteggiare ogni anno 2,4 miliardi di euro di perdite per un milione e 176 mila carichi danneggiati». Unica tra le aziende del settore, Aetna si è dotata così di un centro di ricerca, il Technology Lab, dove un simulatore, una sorta di crash test per pallets, può riprodurre e studiare ogni tipo sollecitazione. Scoprendo che la stabilità dell'imballaggio non dipende dalla quantità di film utilizzata («Le nostre macchine — dice Aureli — arrivano a risparmiarne fino al 30-40%») bensì dalla disposizione e dalla tensione del film estensibile. «Acquisire i clienti — aggiunge — è la cosa più importante, ma per noi non è un problema. Ci facciamo spedire un carico per il test che regolarmente ci arriva danneggiato per quasi un quarto. Quando lo restituiamo, è perfetto. Il giorno dopo ci ordinano le macchine». Nella sua seconda vita imprenditoriale, insomma, Alfredo Aureli vorrebbe «reinterpretare in chiave manageriale l'idea originale di mio padre quando fondò Scm: conquistare uno dopo l'altro i segmenti del mercato con l'innovazione e il servizio post vendita; in ognuno diventare primi in Italia per poi essere primi nel mondo; internazionalizzarsi secondo il principio della produzione local for local». Non a caso, mentre ci salutiamo, dalla segreteria arriva la conferma che tutto è pronto per il viaggio in Cina, l'indomani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le barelle di Spencer che da Parma volano a **soccorrere** il mondo

L'azienda è uno dei tre player mondiali dell'emergenza e riesce a fornire i suoi prodotti nel giro di 48 ore

Successi in India, Cina, Malesia e Spagna, 120 dipendenti, un catalogo con 1.600 prodotti tradotti in 10 lingue e un 2015 che si è chiuso con circa 500.000 articoli che dal quartier generale da 20.000 metri quadri di Collecchio hanno raggiunto ogni angolo del pianeta. Ecco i numeri della Spencer, azienda che progetta dispositivi speciali per antinfartistica, evacuazione, sport e soccorso acquatico. A fondarla nel 1989, Luigi Spadoni, versiliano trapiantato in Emilia, che in curriculum vanta proprio una lunga carriera come volontario in ambulanza. Spencer è diventata in poco tempo uno dei tre colossi mondiali nel campo dell'emergenza, al fianco delle americane Ferno e Stryker, con 15 milioni il fatturato medio annuo, il 12% del quale utilizzato costantemente

per investimenti in ricerca e sviluppo di nuovi apparecchi. «Non esiste Paese senza prodotti o uffici commerciali e di rappresentanza della Spencer» assicura il direttore commerciale Antonio Ciardella, anche lui proveniente dal mondo del volontariato. «Nessuno ha un range di prodotti come il nostro ed è questo che ci rende competitivi con concorrenti agguerriti come i cinesi. Siamo degli operai per il soccorso — precisa — e lo facciamo tutti con passione. Quando sono arrivato qui, vent'anni fa, eravamo solo in quindici e nel tempo sono cambiate tante cose, ma non il nostro dna: la volontà è sempre quella di essere vicini alle esigenze degli utilizzatori, mettendo a disposizione anche dei pazienti dispositivi sicuri per affrontare le più difficili condizioni di intervento».



Produzione Un operaio della Spencer al lavoro in officina a Collecchio

I principali clienti dell'impresa parmense sono infatti ospedali, ministeri, costruttori di ambulanze e associazioni come Emergency, Medici senza frontiere e Croce Rossa, ma anche colossi come Coca-Cola e Mercedes. Inoltre, barelle, tavole e collari firmati Spencer sono da anni presenti a Olimpiadi ed eventi sportivi di ogni genere, Formula 1 compresa, mentre a Collecchio sorge persino il magazzino d'emergenza, a detta loro, più grande d'Europa: 12.000 metri quadri dai quali i materiali di soccorso posso raggiungere qualsiasi luogo nel giro di 48 ore. «Questa è una realtà che assume» afferma Vittoria Belli, responsabile del personale. Negli ultimi tre mesi, ad esempio, sono arrivati 10 nuovi dipendenti in produzione, dove ci sono circa 50 operai (officina compresa)

con molte donne e diversi stranieri che ogni giorno, dalla mattina alla sera, riescono a costruire una media di 4 barelle a testa. A 7 ingegneri invece è affidato lo sviluppo di nuovi prodotti: il ritmo è di due all'anno, tutti messi a punto per rianimazione, trasporto e ossigenazione. «Abbiamo un debito di riconoscenza nei confronti dell'Italia, ma per noi è un Paese come gli altri: la vocazione della Spencer è all'internazionalizzazione» conclude Ciardella, annunciando per il prossimo 19 marzo il terzo «Spencer Day» (evento diffuso di festa e bilancio, con circa 70.000 volontari in tutte le nazioni dove l'azienda è presente) e l'arrivo, chissà se nel 2020, di un museo del soccorso per fare anche didattica e ricerca.

Beppe Facchini
© RIPRODUZIONE RISERVATA