

Meccanica. Ucima: 2015 fermo, ordini 2016 in rialzo

Il packaging riparte e si allea coi tedeschi per arginare i cinesi

Ilria Vesentini
BAGGIOVARA (MODENA)

Il 2015 si chiude per i costruttori italiani di macchine per il packaging con una curva piatta alle spalle e davanti un contesto internazionale di totale incertezza geopolitica e di sempre più agguerrita (anche qualitativamente) concorrenza cinese. Ma a tenere alto l'ottimismo delle 588 imprese, con 27.900 addetti e 6,2 miliardi di fatturato (81% export), rappresentate da Confindustria Ucima sono la leadership nello scacchiere globale e il trend di domanda previsto in crescita, da qui al 2018, del 5,4% l'anno.

Le macchine per il confezionamento e l'imballaggio rappresentano oggi il più importante comparto dei beni strumentali *made in Italy* (valgono il 20% del business e il 22% dell'export dell'universo Federmacchine) e sono anche quello che ha guadagnato più quote sui mercati globali (24,8% di market share secondo la recente indagine Industria2030 Nomisma-Crif). E assieme ai competitor tedeschi i costruttori italiani concentrano in Europa il 51% del commercio mondiale di macchine automatiche. È infatti a un rafforzamento dell'asse europeo per arginare l'avanzata asiatica che guarda il nuovo presidente di Ucima, Enrico Aureli, eletto ieri all'unanimità in occasione dell'assemblea annuale nella sede di Villa Marchetti a Baggiovara di Modena. «L'obiettivo del mio mandato è recuperare il terreno perso in questi anni coi tedeschi, trasformandoci in loro alleati, alla pari, per lavorare assieme sull'internazionalizzazione e la razionalizzazione fieristica. La nostra fiera Ipack-Ima (al 50% Ucima e Fiera Milano, ndr) deve diventare la vetrina mondiale delle tecnologie italiane», precisa Aureli, ad di Aetna

Group, azienda di Villa Verucchio (Rimini), specializzata in soluzioni di fine linea.

Altra priorità dell'agenda 2016-2020 di Ucima è allargare la base associativa (già oggi rappresenta l'80% del fatturato di setto-

re) alle piccole e medie imprese di settore per aiutarle nella crescita sia dimensionale sia internazionale. I numeri fotografati dal centro studi Ucima sono emblematici di quanto piccolo non sia più bello, (neppure nella packaging valley: l'Emilia-Romagna concentra un terzo delle imprese e i due terzi del business). Su 588 aziende italiane che

CAMBIO AL VERTICE

Il nuovo presidente Enrico Aureli: «Dobbiamo fare della fiera Ipack-Ima la nostra vetrina mondiale delle macchine automatiche»

fabbricano macchinari per il packaging, le 19 più grandi realizzano il 51% del volume d'affari con una redditività per addetto di 275 mila euro, che è quasi tre volte le realtà minori (quelle sotto i 2,5 milioni di ricavi) e i big hanno una propensione all'export doppia (90% l'export su fatturato contro il 44% delle microrealtà).

Il 2015 ha visto consolidarsi il mercato domestico (1,19 miliardi, con un +1,9% trainato dalla domanda del beverage e dal pharma) e fermarsi invece le vendite estere: 5 miliardi, -0,9%, cui però andrebbe sommato circa un miliardo di fatturato realizzato da imprese italiane in stabilimenti esteri. «La frenata dell'export è proseguita nei primi tre mesi del 2016 - conclude il neopresidente - ma siamo fiduciosi di migliorare le performance 2015, perché la raccolta ordini è in crescita».

L'andamento del comparto

Indicatori di settore, 2013-2015. Dati in milioni di euro

	2013	2014	2015	Var.% '15/'14
Fatturato totale	6.003	6.221	6.197	-0,4
Fatturato Italia	1.014	1.172	1.194	1,9
Fatturato estero	4.989	5.048	5.002	-0,9
Import*	382	377	356	-5,7
Saldo commerciale	4.606	4.670	4.646	-0,5
Numero aziende	621	604	588	-2,6
Numero occupati	26.856	27.307	27.906	2,2
Export/Fatturato (%)	83,1	81,2	80,7	-

(*) dati Istat

Fonte: Centro Studi Ucima

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

