

L'industria grafica tra innovazione e sostenibilità nell'anno di Drupa

È ancora presto per tirare un bilancio definitivo ma le prime stime sul 2019 mostrano ombre e luci per il settore delle aziende grafiche, dagli stampatori ai produttori di macchine, dalle cartiere ai fornitori di materiali. E si guarda al 2020 con prudenza fra incognite interne ed esterne ma anche opportunità in un mercato in costante cambiamento (dalle innovazioni tecnologiche al sempre più accentuato impegno per la sostenibilità ambientale) e in un anno che sarà caratterizzato da un evento come la prossima edizione di Drupa.

A fare il punto sullo stato di salute della filiera grafica, all'inizio del nuovo anno, sono le interviste alle principali associazioni del settore. Il Poligrafico ha intervistato il presidente di Assografici Emilio Albertini, il presidente di Acimga Aldo Peretti, il direttore generale di Assocarta Massimo Medugno, e quello di Argi Antonio Maiorano. Sembra confermata la doppia velocità tra la crisi della stampa grafica (soprattutto pubblicitaria e commerciale) e la

costante crescita invece della cartotecnica e della trasformazione. Ma pure sembra finita la fase traumatica legata all'avvento della digitalizzazione (con un calo di produzione e di fatturato della stampa grafica ridotto rispettivamente a 2 e a 1 punto percentuale) e le aziende – destinate ancora a ridursi per numero anche con concentrazioni e aggregazioni e non solo chiusure – continuano a investire in tecnologia, anche sulla spinta del piano Industria 4.0. Nel 2019 sono diminuiti anche produzioni e ricavi delle aziende cartarie dove oltre il 50% dell'attività è ormai finalizzato al settore dell'imballaggio. L'industria della carta è sempre più protagonista della green economy e per un utilizzo sempre più efficiente e sostenibile delle materie prime. Prosegue inoltre l'innovazione tecnologica delle macchine da stampa con il mercato che punta maggiormente su offset di grande formato, le digitali (più a foglio che a bobina) e su macchine ibride che abbinano flessografia e digitale.

Emilio Albertini, presidente di Assografici



Che bilancio si può stilare del 2019 per i comparti produttivi rappresentati da Assografici?

Non abbiamo ancora i dati definitivi dell'anno, ci possiamo basare sui primi nove mesi e sulle tendenze registrate. Il quadro è quello solito, a due velocità: la stampa grafica, soprattutto pubblicitaria e commerciale, in strutturale crisi e il mondo della cartotecnica e della trasformazione che cresce ed è maggiormente correlato agli andamenti macroeconomici. All'interno di questo quadro, però, ci sono due segnali importanti. La stampa grafica decresce ancora ma, come nel 2018, l'entità di tale decrescita è molto meno marcata: quest'anno saremo intorno a un punto percentuale sul fatturato e a due punti percentuali sulla produzione. Ricordo dati ben più negativi fino al 2017. Viceversa, cartotecnica e trasformazione vedono una sostanziale stabilità sulla produzione, indice chiaro che anche il nostro settore ha risentito del rallentamento economico dell'Italia nel 2019 e c'è grande preoccupazione per le scarse prospettive di crescita.

A proposito di prospettive, quali sono quelle sul 2020?

Per il settore grafico mi auguro che si mantenga ancora il nuovo trend del quale abbiamo appena parlato: sarebbe la conferma che il settore deve ora "solo" gestire un mercato che per definizione sarà sempre calante, ma che forse è veramente finita la fase più traumatica legata all'avvento della digitalizzazione. Per tutto il resto dobbiamo solo sperare che l'Italia torni a crescere a ritmi sostenuti, ma lo scenario internazionale si presenta incerto e molte sono le incognite. Vedremo anche gli

Il quadro è quello solito, a due velocità: la stampa grafica, soprattutto pubblicitaria e commerciale, in strutturale crisi e il mondo della cartotecnica e della trasformazione che cresce ed è maggiormente correlato agli andamenti macroeconomici.

effetti di fenomeni come la Brexit e la guerra dei dazi e anche l'emergenza del tema sostenibilità.

A livello di singoli settori, quali sono quelli andati meglio e quelli peggio?

Nella grafica cresce la stampa di libri, mentre cala ancora sensibilmente quella di riviste e di stampati pubblicitari e commerciali. Cresce moderatamente la produzione di imballaggi, con stabilità del cartone ondulato, buon andamento degli astucci, dei sacchi e del flessibile. Nella cartotecnica crescono le etichette, calano tubi, articoli da cartoleria, buste e carte da parati.

Stati di crisi e chiusure di aziende medio piccole che hanno caratterizzato gli anni di crisi sono superati?

Sicuramente il fenomeno non è più significativo come negli anni della crisi. Ma tendenzialmente il numero assoluto delle aziende continua a diminuire. Mi stupirei del contrario.

Anche nel 2019 ci sono state aggregazioni e acquisizioni: possono bastare o serve una maggiore ristrutturazione del sistema?

È un processo inevitabile e continuo, credo oggi più determinato da "sane" logiche di approccio al mercato: le acquisizioni sono una modalità di diversificazione, in nuove attività e/o in nuovi territori di sbocco.

Tra i tipi di stampa (offset, roto, rotocalco e digitale) come vede la situazione e le prospettive anche degli investimenti collegati a Industria 4.0?

Le aziende continuano a investire in tecnologia, anche sulla spinta del piano 4.0, che si sta però ovviamente riducendo. Crescono gli investimenti in offset, soprattutto su macchine che sviluppano formati più ampi o su nuove unità di verniciatura o di finishing. Crescono ancora le unità di digitale installate, più a foglio singolo che a bobina, e anche nel digitale crescono gli investimenti in macchine in grado di sviluppare formati sempre più grandi. C'è anche sempre maggiore attenzione

Le aziende continuano a investire in tecnologia, anche sulla spinta del piano 4.0, che si sta però ovviamente riducendo. Crescono gli investimenti in offset, soprattutto su macchine che sviluppano formati più ampi o su nuove unità di verniciatura o di finishing.

e utilizzo della stampa flessografica, anche in forme ibride di abbinamento con digitale: questa è la nuova tendenza.

Quali sono gli interventi che chiede il settore alla politica per essere più competitivo?

Il settore grafico va aiutato nella sua riconversione produttiva, ma va sempre più sostenuta la domanda: sia sul fronte pubblicitario sia su quello della lettura. Un Paese che non legge, soprattutto al Sud, non si sviluppa. L'informazione di qualità è fondamentale per la tenuta del sistema democratico. E in questo scenario, ricordiamo che tutti gli studi e le ricerche dimostrano che la lettura su carta favorisce l'apprendimento e l'approfondimento. Il mondo del packaging chiede invece sviluppo economico e azioni di reale facilitazione e supporto all'economia circolare: non provvedimenti improvvisati e dal sapore demagogico come quello della plastic tax.

Quanto è competitiva l'industria grafica italiana a livello internazionale e servirebbe una maggiore presenza sui mercati esteri dei grandi gruppi di stampa italiani?

La nostra industria grafica è la terza in Europa per fatturato, dopo Germania e Regno Unito. Nel 2018 l'export era cresciuto in modo rilevante e la quota di fatturato estero aveva raggiunto il 17%. Nel 2019 ci aspettiamo un andamento positivo sull'export di libri, molto meno su quello di riviste e stampati pubblicitari e commerciali. Credo che, in un settore che strutturalmente decresce, l'obiettivo delle aziende non possa che essere quello di incrementare la propria quota di mercato e, per questo, che i mercati esteri siano osservati e presidiati dalle nostre aziende in modo sempre più attento.

Come vede la prossima manifestazione di Drupa 2020?

È sempre un appuntamento molto importante per il settore: saranno protagonisti l'integrazione e l'automazione in logica 4.0. Nel digitale mi aspetto di vedere nuove macchine sui formati grandi e nuove soluzioni sui sistemi di nobilitazione e finishing. Come dicevo prima, credo che il tema dell'ibridazione delle tecnologie diventerà sempre più centrale e che quindi ci saranno nuove proposte in questo ambito, favorite anche dalle nuove partnership di società del mondo digitale con quelle tradizionali.

Aldo Peretti presidente di Acimga



Le nuove sfide richiedono risorse ingenti e bisognerà essere più grandi o fare sistema per affrontarle. La sfida è quella di crescere in dimensioni mantenendo la flessibilità delle aziende medio piccole così da continuare a offrire servizi e macchine customizzate.

Che anno è stato quello da poco concluso per i produttori italiani di macchine per l'industria grafica, cartotecnica, cartaria e di trasformazione e affini?

Il 2019 era iniziato discretamente bene, sull'onda del 2018, ma il calo di ordini verso la fine dell'anno ha influito sul risultato finale. Secondo i nostri dati preconsuntivi il settore ha perso il 2,4% di fatturato nel 2019. A incidere è stata soprattutto l'incertezza internazionale con la Brexit e la guerra dei dazi tra Cina e Usa, oltre al rallentamento dell'economia tedesca. Anche sul piano interno, poi, la plastic tax non è stata certo uno stimolo agli investimenti.

Quali sono le vostre prospettive per il 2020?

Confidiamo in un'inversione di tendenza. I fattori che ci hanno penalizzato, come abbiamo visto, sono per lo più esogeni. L'industria italiana del printing, packaging e converting è sana, il problema è che è costretta a lavorare in condizioni nazionali e internazionali spesso avverse.

Quanto è "sana" rispetto allo stato di salute dei produttori di macchine da stampa in Italia?

L'industria è composta per lo più da aziende medie e piccole. Questo da un lato permette alle imprese di essere flessibili e adeguarsi in fretta alle mutate condizioni del mercato, dall'altro crea alcune criticità. Il processo di integrazione con i converter, per esempio, tipico dell'evoluzione Industria 4.0 (processo in cui stiamo accompagnando le aziende con un progetto *ad hoc*) richiede investimenti e risorse. Non sempre le aziende medio-piccole hanno le giuste possibilità di investimento e il supporto del sistema bancario per questi processi. Il ruolo delle associazioni di categoria diventa così vitale per dare un indirizzo al settore.

Massimo Medugno direttore generale di Assocarta



Quali sono i trend del mercato a partire dalle tipologie di macchine più richieste?

L'Industria 4.0 è la vera sfida da affrontare e come Federazione Carta e Grafica continueremo a offrire pubblicazioni sul settore, formazione in aula e consulenza personalizzata in azienda in collaborazione con SDA Bocconi. Le macchine del futuro saranno sempre più connesse e sempre più ibride. Già oggi molti produttori italiani installano sistemi di manutenzione predittiva: sapere in anticipo quando sostituire un pezzo significa non fermare mai la macchina. Inoltre vedremo sempre meno macchine esclusivamente roto, flexo o digitali e sempre più macchine con tecnologie integrate.

Come vede la possibilità che nel settore ci siano aggregazioni o alleanze tra imprese?

Più che una possibilità vedo un percorso spesso obbligato. Le nuove sfide richiedono risorse ingenti e bisognerà essere più grandi o fare sistema per affrontarle. La sfida è quella di crescere in dimensioni mantenendo la flessibilità delle aziende medio piccole così da continuare a offrire servizi e macchine customizzate.

Quanto è importante la presenza sui mercati internazionali?

Oserei dire che è vitale. Esportiamo circa il 60% della produzione, siamo i secondi esportatori al mondo con circa l'11% del mercato (dati 2018). Per questo come Acimga investiamo molto in strumenti di internazionalizzazione. Non solo con le fiere, ma anche con roadshow esteri per far conoscere la tecnologia italiana e poi con il marketing intelligence. In pratica, forniamo proiezioni per il settore a 4 anni, in 152 Paesi.

Quali sono le principali innovazioni tecnologiche, anche dal punto di vista della sostenibilità ambientale?

Le innovazioni sono molteplici e si stanno sviluppando in contemporanea. Innanzitutto le macchine sono sempre più efficienti dal punto di vista energetico e nei tempi di cambio lavoro per favorire le produzioni "short-run". Questo significa riduzione dei consumi, ma anche degli scarti e degli sprechi. Uno dei numerosi temi ulteriori è quello degli inchiostri: le macchine attuali sono sempre più capaci di usare sia gli inchiostri classici con solventi, che a base acqua con un minore impatto ambientale che UV, EB e digitali. Altro argomento di importanza crescente è lo sviluppo integrato con i partner tecnologici di materiali compostabili o riciclabili sotto la spinta della futura economia circolare.

Che cosa ci si attende da Drupa 2020?

Sicuramente Drupa è un appuntamento importante per vedere quali sono i trend di settore e le principali novità. Altrettanto importante, però, sarà Print4All (4-7 maggio 2021 Milano Rho Fiera, parte di Innovation Alliance) che darà conto delle direttive del comparto. Da queste manifestazioni ci aspettiamo novità nel segno dell'ecologia, dell'ibridazione e di macchine sempre più 4.0 con manutenzione predittiva e che integrino lo smart manufacturing lungo la filiera con fornitori e clienti che si scambiano informazioni in tempo reale.

Oltre il 50% della produzione cartaria è legato al settore imballaggio che anticipa i cicli economici. Possiamo aspettarci che questo comparto possa avere una certa prospettiva anche alla luce delle nuove regolamentazioni che richiedono imballaggi riciclabili e più sostenibili.

Qual è il bilancio del 2019 per il settore rappresentato da Assocarta?

Fare un bilancio è ancora prematuro dal momento che abbiamo solo i risultati dei primi nove mesi del 2019. Possiamo però affermare che, a fronte di una domanda di carta e cartoni in generale ripiegamento, produzione e fatturato mostrano un calo tendenziale ormai in atto dalla seconda metà del 2018. In particolare prosegue l'andamento in discesa del fatturato iniziato nell'ultimo trimestre 2018. Nel periodo gennaio-settembre 2019 si valuta infatti un calo del 4,9% rispetto ai buoni livelli, peraltro già in rallentamento, di un anno prima.

Quali sono le prospettive del 2020?

Oltre il 50% della produzione cartaria è legato al settore imballaggio che anticipa i cicli economici. Possiamo aspettarci che questo comparto possa avere una certa prospettiva anche alla luce delle nuove regolamentazioni che richiedono imballaggi riciclabili e più sostenibili. Restano però le incertezze legate alle performances dell'economia nazionale alle quali il comparto cartario è fortemente legato. Sul fronte riciclo, uno dei principali temi all'ordine del giorno, sebbene il settore vanti un alto tasso di circolarità (56% con punte dell'80% negli imballaggi) dopo la recente approvazione della norma EoW "caso per caso" occorre al più presto entrare nella fase operativa con le autorizzazioni necessarie per

sbloccare situazioni in stallo da tempo. Per quanto riguarda, invece, i costi energetici, dopo le materie prime la principale voce di costo del settore, è urgente l'attuazione della norma che prevede la riduzione degli oneri accessori sulle bollette del gas.

Quali sono i trend del mercato per quanto riguarda produzione e richiesta di carta e cartone?

I risultati ufficiali disponibili evidenziano la prosecuzione dell'andamento discendente che aveva caratterizzato la seconda metà del 2018: nei primi 9 mesi del 2019 la produzione è calata del 2,1% rispetto ai livelli ancora in espansione dell'analogo periodo di un anno prima. L'esame per comparto evidenzia nuovi ridimensionamenti per le carte per usi grafici (-6,3%). Moderatamente al di sotto dei volumi 2018 la produzione realizzata dal packaging (-0,4%). Stabile invece sui volumi dei 9 mesi 2018 la produzione di carte per usi igienico-sanitari (+0,1%).

Quanto sta aumentando l'aspetto della sostenibilità ambientale?

L'industria cartaria svolge un ruolo chiave nella green economy con un forte impegno nella riduzione degli impatti ambientali. Ciò significa un utilizzo sempre più efficiente e sostenibile delle materie prime in una prospettiva di economia circolare, in linea con gli obiettivi della Commissione Europea, migliorando allo stesso tempo la propria competitività sui mercati europei e globali. Nel 2017 il settore cartario ha presentato la "Roadmap 2050" a livello europeo, strategia per raggiungere l'obiettivo di riduzione dell'80% di emissioni di CO2 entro il 2050, tramite ricerca, innovazione, efficienza energetica e cogenerazione.

Le concentrazioni e le chiusure avvenute nel settore proseguiranno?

Possiamo aspettarci ulteriori concentrazioni se consideriamo che con il 20% dei siti produttivi italiani copriamo quasi il 10% della produzione europea. La dimensione medio piccola dell'industria cartaria italiana ha però consentito una certa flessibilità aziendale con la specializzazione in produzione di nicchia.

Le cartiere che producono in Italia come stanno sostenendo la concorrenza di quelle estere e dell'import?

Con riferimento alla domanda interna di carta e cartoni (stimata dal dato di consumo apparente) i primi 8 mesi del 2019 fanno rilevare un ridimensionamento dell'1,4% in termini tendenziali, confermato peraltro dal calo dei volumi importati (-2,9%). Continua inoltre l'arretramento della domanda estera che aveva caratterizzato l'intero 2018. Nel gennaio-agosto i volumi esportati dal settore presentano una riduzione del 6% su base annua.

Quanto sta incidendo sul settore il programma Industria 4.0?

L'industria cartaria ha lavorato soprattutto per l'ottimizzazione dei processi, grazie anche a un forte ri-

corso all'automazione industriale e alla sensoristica. In questo contesto Industria 4.0 si inserisce nel settore partendo da una base già molto solida in termini di acquisizione dati e informatizzazione dei processi. Trattandosi di un'industria che produce semi-lavorati su grandi volumi, le maggiori potenzialità di Industria 4.0, come anche confermato dal report pubblicato da Federazione carta e grafica nel 2018, potranno essere espresse soprattutto nell'efficientamento.

Quali novità sono emerse per il settore dall'ultima edizione del MIAC?

Alla 26esima Mostra Internazionale dell'Industria Cartaria che si è svolta lo scorso ottobre a Lucca, Assocarta ha presentato il Green New Deal secondo l'industria cartaria italiana. Un decalogo dedicato alla sostenibilità energetica con la promozione della cogenerazione ad alta efficienza con l'obiettivo di renderla "carbon neutral", al riciclo ed economia circolare, agli scarti di produzione. Si è svolta inoltre la premiazione della prima edizione del bando di concorso MIAC Innovation Award, vinto da Bartoli Spa.

Antonio Maiorano presidente di Argi



Come si è chiuso il 2019 per il settore dei produttori e distributori rappresentato da Argi?

Ancora non abbiamo, a livello di associazione, i dati consuntivi finali dell'anno. Siamo fermi ai dati semestrali che dimostravano come la dinamicità dello scorso anno sia un po' diminuita rispetto all'anno precedente. Il mercato dell'Industria Grafica ha vissuto in Italia un buon 2018, sia grazie alla presenza delle agevolazioni

fiscali legate a Industry 4.0, sia anche grazie alle iniziative di consolidamento, che ormai da qualche anno si susseguono. Un buon numero di aziende di stampa e di cartotecnica continuano a crescere e consolidarsi attraverso fusioni, incorporazioni, acquisti, aggregazioni, e questo porta anche ad un rinnovamento del parco macchine o alla apertura di nuove aree di mercato e quindi all'ingresso di nuove tecnologie.

Quali sono le tipologie di investimenti che sono andate meglio (roto, offset, digitale, tipologie macchine)?

Diciamo che offset e digitale viaggiano entrambe con trend positivi, mentre il mercato delle rotative è un mercato ormai ben definito nei numeri e nelle installazioni. Nell'ambito del digitale cresce la presenza di macchine da stampa 50x70 così come anche nel mercato offset si privilegiano macchine di grande formato. Sempre per quanto riguarda la tecnologia tradizionale, l'orientamento del mercato tende a creare molto interesse verso le macchine LED e UV LED.

Quanto sta crescendo il peso della stampa digitale?

È una domanda che per molti anni ci veniva rivolta allo scopo di mettere quasi in antagonismo tra loro le tecnologie digitali con quelle tradizionali. Il mercato via via ha capito che non c'è un antagonismo tra le tecnologie, ma ci sono esigenze diverse che provengono dal mercato o dall'organizzazione stessa delle aziende grafiche. Per ciascuna esigenza, per ciascun modello di business può essere più utile una tecnologia o l'altra. Se guardiamo invece alla domanda di stampati che arriva dal mercato, dall'utilizzatore finale, allora possiamo dire che c'è una tendenza (on demand, personalizzazione, just in time) che di fatto sta facendo crescere la presenza di soluzioni stampate in digitale in praticamente tutti i mercati, dal book al commercial, dal packaging al tessile.

Quanto è vincente la sostenibilità nelle materie prime e dei processi produttivi?

Credo sia veramente arrivato il momento in cui il tema della sostenibilità sta passando da concetto di marketing a un elemento di vendita. La consapevolezza da parte di tutta la filiera sulla necessità di dedicare attenzione alle conseguenze di scelte che non abbiano una attenzione particolare all'ambiente, al risparmio energetico, al risparmio e recupero delle materie

Offset e digitale viaggiano entrambe con trend positivi, mentre il mercato delle rotative è un mercato ormai ben definito nei numeri e nelle installazioni. Nell'ambito del digitale cresce la presenza di macchine da stampa 50x70 così come anche nel mercato offset si privilegiano macchine di grande formato.

Crediamo che Drupa porterà innovazioni nell'inkjet, nell'ibrido e ci si aspetta qualche novità nell'ambito dei formati. Oltre a ciò, soluzioni di automazione e perfezionamento dei workflow, soluzioni cioè che aiutino lo stampatore a fare efficienza.

prime è ormai un dato di fatto. Per questo iniziative e processi più innovativi sotto questo punto di vista diventano fattori differenzianti della competition. Tra fornitori e fornitori, come tra stampatori e stampatori. Stiamo vivendo esperienze di "progetti circolari" che i brand mettono in campo e che vedono la nostra industria fortemente coinvolta. Chi sa rispondere da subito a queste richieste diventa vincente anche dal lato business.

Come si collocano carta e stampa all'interno della comunicazione e del marketing multicanale?

È noto a tutti come l'avvento della comunicazione digitale abbia completamente stravolto i pesi delle attività di marketing e pubblicità. Il numero di canali a disposizione di chi vuole fare comunicazione si sono moltiplicati. La carta e la stampa hanno ovviamente subito un calo, dovendosi dividere la torta dei budget pubblicitari tra più attori. Però la stampa ha saputo innovarsi ed è oggi un canale di comunicazione che, ribaltando la sua posizione nella gamma dei canali disponibili, si trova ad essere un fantastico elemento differenziante (e si pensi qui alla capacità di creare emozioni da parte della stampa grazie alle nobilitazioni) e di entry-point per l'ingaggio anche nel mondo del digitale, come sta avvenendo grazie al diffondersi di soluzioni di Realtà Aumentata e stampa aumentata. Il mondo della comunicazione omnicanale (più che multicanale) sta ben integrando i due mondi, fisico e digitale, verso un Phygital World che risulta sempre più inclusivo.

Che cosa si attende dalla prossima Drupa 2020?

Il 2020 è l'anno di Drupa che, pur se meno impattante rispetto a quanto accadeva anni fa, è un punto di arrivo per molti fornitori di tecnologia per presentare novità. Lo stress di dover arrivare a Drupa con delle novità è sempre più diventata anche occasione per far sì che Drupa sia il punto di partenza per innovazioni, li presentate e poi magari introdotte nel mercato dopo qualche mese. Motivo per il quale crediamo che la scelta di Argi e dei suoi partner di organizzare la seconda edizione di Print4All proprio nel 2021 sia una buona possibilità per tutta l'industria.

Crediamo che la Drupa di quest'anno porterà ancora innovazioni nell'inkjet e la presenza di macchine ibride. Come pure ci si aspetta qualche novità nell'ambito dei formati. Oltre a ciò, soluzioni di automazione e perfezionamento dei workflow, soluzioni cioè che aiutino lo stampatore a fare efficienza.