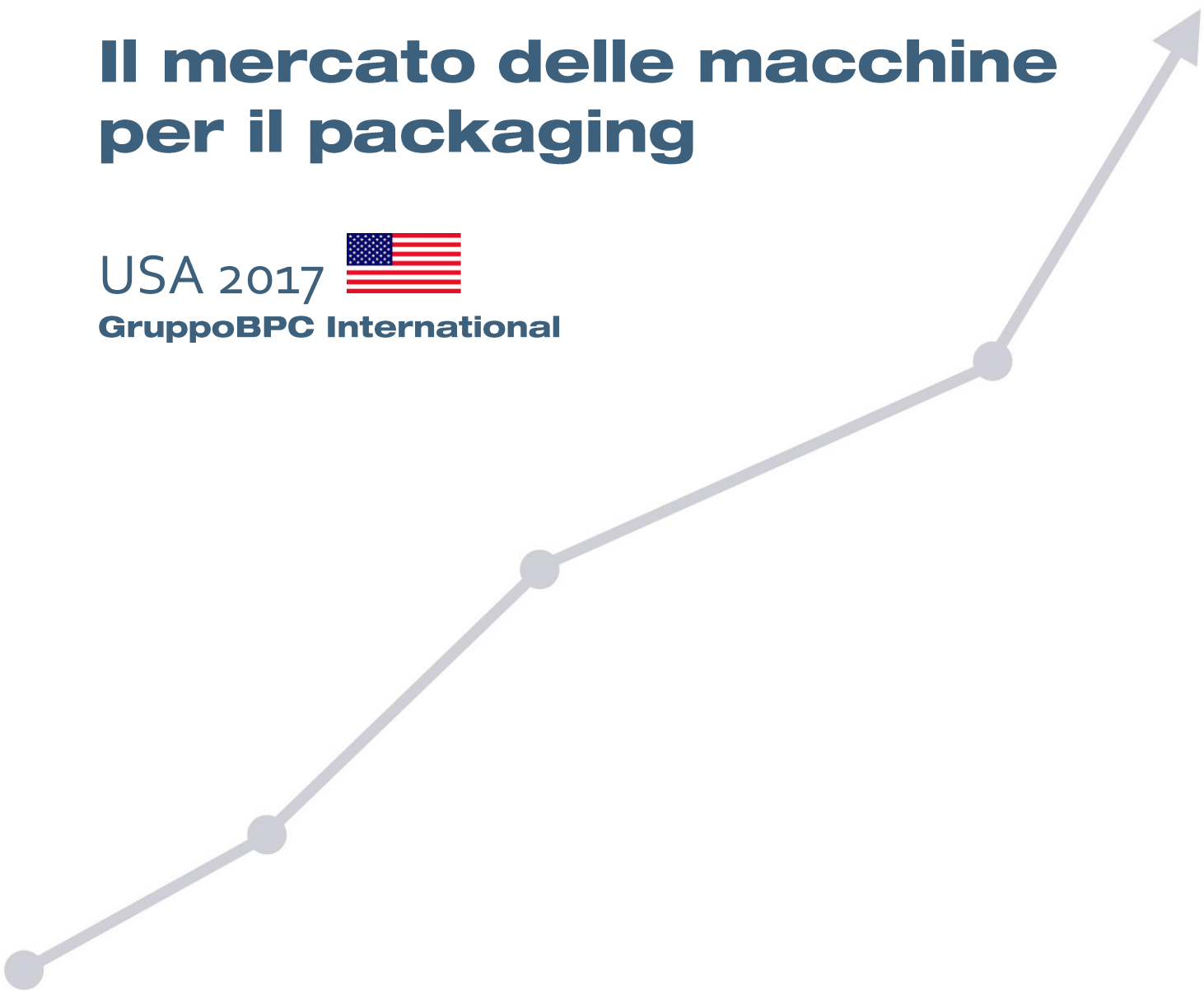


www.gruppobpc.com

Il mercato delle macchine per il packaging

USA 2017 
GruppoBPC International



1. IL MERCATO MONDIALE DELLE MACCHINE PER IL PACKAGING

Il mercato delle macchine per il confezionamento è in continua crescita, come dimostrano le ultime stime. L'attenzione ai materiali utilizzati per il confezionamento e l'imballaggio, che aiutano ad aumentare la sicurezza dei prodotti di qualsiasi tipo, garantendo una maggiore shelf-life, gli alti costi del lavoro e l'incidenza delle tasse che rendono necessaria l'adozione di macchinari completamente automatizzati, sono alla base di questa continua crescita del settore a livello mondiale.

Secondo le ultime previsioni la domanda mondiale di macchine per il confezionamento e l'imballaggio crescerà del **5.4%** l'anno per il triennio del **2016/2018**. Alla fine del triennio si stima che il valore del mercato mondiale raggiungerà un valore di **42.7 miliardi di euro**. A fare da traino troviamo la domanda proveniente da **Asia (+7.8%)** e **Africa-Oceania (+7.4%)**, seguita da quella proveniente dal mercato **sud americano (+5.8%)**. L'**Unione Europea** crescerà del 2.6% per un valore complessivo pari a 10.9 miliardi di euro, con una crescita di macchine per l'industria cosmetica del 3.7%, seguita dall'industria del food e chimica rispettivamente del +3.3% e del 2.9%.

Quasi tutti i settori sono protagonisti di questa crescita, in particolare, le macchine per l'industria alimentare registrano +5.6%, per la cosmetica e per la chimica +5.9%

In valori assoluti a troneggiare sono le macchine per il **beverage**, che genera il 31.7% della domanda totale, pari ad un valore assoluto di **13.5 miliardi di euro**, seguite dal **food**, con 31.4% pari a **13.4 miliardi di euro**. Per le macchine avvolgitrici si prevedono gli incrementi percentuali maggiori nel triennio (+6,2%), insieme a riempitrici (+5,6%) ed etichettatrici (+5,3%)

2. IL MERCATO DELLE MACCHINE PER IL PACKAGING IN ITALIA

Il comparto delle macchine automatiche per il confezionamento ed imballaggio è sicuramente uno dei più importanti in Italia. Con un fatturato superiore ai **6.6 miliardi di euro**, secondo i dati del 2016, da un punto di vista industriale questo settore riflette perfettamente la struttura dell'industria italiana. Il settore è estremamente frammentato a garanzia di flessibilità e specializzazione, con un totale di 601 aziende, il doppio di quelle in Germania, il primo competitor a livello mondiale a parità di business. Il 66,4% delle aziende genera fatturati inferiori ai 6 milioni di euro e contribuisce ad appena il 9,7% del giro d'affari. Invece il 68% del fatturato totale è realizzato dalle 51 imprese di dimensioni maggiori (con fatturati oltre i 25 milioni di euro). La maggior parte delle aziende è localizzata in Emilia Romagna (36,9%) dove viene prodotto il 62,1% del fatturato totale. In Emilia Romagna si trova infatti la maggiore concentrazione di settore al mondo. Seguono Lombardia (28,5% delle aziende e 17,6% del fatturato), Veneto (11,6% delle aziende e 9,1% del fatturato) e Piemonte (10,1% delle aziende e 5,7% del fatturato).

Sul mercato italiano continua il trend positivo registrato negli ultimi anni, grazie anche agli incentivi previsti dal piano "Industry 4.0" varato dal Governo. Infatti, agli ottimi risultati registrati nel 2016 con un incremento **del 9,8%**, è seguito un ulteriore **+6,5%** nel primo trimestre del 2017.

Ma è soprattutto sui mercati esteri che i prodotti italiani raggiungono ottimi risultati. Si tratta infatti di un settore ad altissima propensione all'esportazione, con valori pari circa all'**80%**. Secondo i dati di UCIMA (Unione Costruttori Italiani Macchine

Automatiche per il Confezionamento e l'imballaggio), oltre il 50% delle macchine per il packaging vendute nel mondo sono italiane e tedesche.

Nella suddivisione del fatturato tra i vari settori clienti, il 2016 vede primeggiare ancora l'industria alimentare (**food e beverage**), che incide per il **57,4%** sul volume d'affari complessivo. I due sotto-settori risultano anche singolarmente sul podio: il food risulta nel 2016 il primo settore cliente, assorbendo il 29,8% (1.970 milioni di euro) del fatturato totale. Il beverage si colloca al secondo posto, con il 27,6% del fatturato totale. Le esportazioni per questo settore ammontano all'85%. Segue il settore "Altro" – che comprende il tabacco, tissue, ecc. – che raggiunge la quota di 1.156 milioni di Euro (17,5% del totale), con esportazioni pari all'83%, e il mercato delle macchine per il settore farmaceutico con 1.114 milioni di Euro (16,9% del totale), provenienti per l'80% dai mercati internazionali. Il settore cosmetico e chimico, con fatturato rispettivamente di 271 e 268 milioni di Euro, presenta invece le più basse percentuali di export, pari al 74 e al 77. Il cosmetico si afferma così il comparto con maggiore incidenza percentuale del fatturato Italia (26%), mentre il beverage risulta trainante sul fronte export (85%).

L'**Unione Europea** si conferma come la principale area di sbocco della produzione italiana, assorbendo il 37.2% del fatturato totale. Segue il mercato asiatico con una incidenza del 23.4% del fatturato e quello nord americano con l'11.2%. Analizzando invece i singoli Paesi sono gli **Stati Uniti** il primo paese di destinazione, seguiti da **Francia e Germania**.

	2014	2015	2016	Var 16/15
Fatturato Totale	6.221.226	6.197.026	6.604.255	6,6%
Fatturato Italia	1.172.402	1.194.268	1.311.051	9,8%
Fatturato Estero	5.048.824	5.002.758	5.293.204	5,8%
Import *	377.950	356.489	404.507	13,5%
Consumo nazionale	1.550.352	1.550.757	1.715.558	10,6%
Saldo Commerciale	4.670.874	4.646.269	4.888.697	5,2%
Numero aziende	604	588	601	2,2%
Occupati	27.307	27.906	29.644	6,2%
Export/Fatturato	81,2%	80,7%	80,1%	
Import/Consumo nazionale	24,4%	23,0%	23,6%	

Figura 1. Indicatori di settore nel periodo 2014-2016

	2014		2015		2016		Var% 15/14	Var% 16/15
Unione Europea	1.597.358	33,5%	1.691.192	35,9%	1.848.727	38,4%	5,9%	9,3%
Asia	1.270.914	26,7%	1.071.899	22,7%	1.081.244	22,4%	-15,7%	0,9%
Nord America	439.336	9,2%	509.032	10,8%	508.087	10,5%	15,9%	-0,2%
Africa e Oceania	460.067	9,7%	454.540	9,6%	489.822	10,2%	-1,2%	7,8%
Europa extra - UE	512.600	10,8%	535.799	11,4%	447.205	9,3%	4,5%	-16,5%
Centro-Sud America	481.892	10,1%	452.143	9,6%	443.513	9,2%	-6,2%	-1,9%
TOTALE	4.762.167	100,0%	4.714.607	100,0%	4.818.598	100,0%	-1,0%	2,2%

Figura 2. Ripartizioni per aree delle esportazioni nel periodo 2014-2016

3. IL MERCATO DELLE MACCHINE PER IL PACKAGING IN USA

L'industria manifatturiera dell'imballaggio negli Stati Uniti ha goduto di una crescita vivace negli ultimi cinque anni, beneficiando di una continua ripresa dell'economia statunitense. I tre principali mercati dell'industria, i settori del **food and beverage**, dei **beni di consumo** e dei **prodotti farmaceutici**, hanno sperimentato una crescente domanda negli ultimi anni, aumentando la necessità di macchine per l'imballaggio utilizzate per preparare i propri prodotti in vendita.

Anche nei prossimi cinque anni si prevedono gli stessi ritmi di crescita, sostenendo la crescita del fatturato dell'industria e migliorando i margini di profitto. La strategia dei player di questo settore si concentrerà sulla stimolazione di nuovi flussi di entrate aumentando le esportazioni, concentrandosi principalmente sulle economie emergenti che servono i nuovi consumatori della classe media.

Questo settore è altamente frammentato e presenta una bassa concentrazione delle quote di mercato. Secondo i dati del censimento degli Stati Uniti e le stime IBISWorld, ci sono più di 527 operatori nell'industria manifatturiera dell'imballaggio. Il settore è composta principalmente da stabilimenti di piccole e medie dimensioni, in quanto circa il 60% degli impianti di produzione di imballaggi impiegano meno di 20 lavoratori. Si stima che le prime quattro società del settore abbiano una quota di mercato combinata del 21,1% nel 2016.

Il mercato americano della packaging machinery ha registrato nel 2015 un valore di circa **6.8 miliardi di euro** (all'incirca 7.5 miliardi di dollari) di cui circa **2.5 miliardi** derivati da importazioni.

Gli operatori del settore si trovano infatti di fronte a una concorrenza sia a livello nazionale sia a livello globale da parte dei produttori di imballaggi di precisione di paesi come la Germania, l'Italia e la Svizzera.

Gli Stati Uniti rappresentano il primo mercato di sbocco per i costruttori italiani di macchine per il packaging. Con una domanda di tecnologie made in Italy prevista in crescita per almeno il **5%** annuo fino al 2020, il mercato statunitense resta una priorità per le aziende italiane.

Le aziende italiane infatti hanno esportato in USA nel 2016 per un valore di **456 milioni di euro**, seconde solo alle concorrenti tedesche, con un trend medio del **+7%** annuo a partire dal 2011.

4. TREND DI VENDITA NEL MERCATO AMERICANO

Il settore delle macchine per il packaging deve riflettere necessariamente i cambiamenti che ci sono in termini di normative per la tracciabilità della merce, ad esempio, ma anche e soprattutto deve rispondere alle esigenze del mercato dei prodotti finali a cui si riferisce. Riportiamo perciò di seguito i principali trend degli ultimi anni del mercato americano.

Formati monoporzione o di piccole dimensioni

Il passaggio verso i formati di piccole dimensioni continua nel packaging dei beni di consumo. Inizialmente si trattava di un trend presente solo per gli alimenti confezionati, come metodo di controllo delle porzioni, ma in seguito anche i produttori di altre industrie hanno adottato con entusiasmo le confezioni più piccole. Ad esempio i consumatori di bevande analcoliche in carbonio preferiscono confezioni più piccole, riducendo quindi l'apporto di zuccheri, oppure i prodotti di bellezza e di cura personale si sono trasformati in piccoli pacchetti a seguito delle restrizioni di viaggio sui liquidi e dell'aumento di acquisti di impulso.

Packaging innovativo per i nuovi prodotti

Sia che si tratti di prodotti per la casa, di bibite analcoliche o di alimenti, un packaging innovativo può essere la chiave per il lancio di un nuovo prodotto. Nel tentativo di allontanarsi dalla concorrenza sugli scaffali dei negozi, i nuovi prodotti vengono sempre più confezionati in modo non convenzionale per catturare l'attenzione dei consumatori, facilitare il consumo di prodotti e favorire il riconoscimento del marchio.

Ritornano gli imballaggi di vetro

L'imballaggio standard delle bevande, le bottiglie di vetro, hanno ripreso lentamente le perdite degli anni precedenti, con la crescita di bevande premium. Al momento infatti la bottiglia di vetro è ritornata per tutte le categorie di bevande, sia che si tratti di bevande gasate, sia che si tratti di acqua.

La sostenibilità è sempre più apprezzata

Nonostante gli sforzi per rendere i prodotti più glamour e convenienti, continua ad essere vista con crescente interesse dai consumatori la sostenibilità. In risposta, i produttori continuano a concentrarsi sulla creazione di imballaggi più sostenibili. Ciò ha portato ad una grande innovazione nelle materie plastiche e negli altri materiali per renderli più rispettosi dell'ambiente usando meno materiali e soprattutto materiali provenienti da fonti rinnovabili.

5. FIERE DI SETTORE



USA

Pack Expo Las Vegas

Las Vegas, NV

25-27 Settembre 2017

<http://www.packexpolasvegas.com>

Automation Fair 2017

Houston, TX

15-16 Novembre 2017

<http://www.rockwellautomation.com>

The Packaging Conference

Orlando, FL

5-7 Febbraio 2017

<https://www.thepackagingconference.com/>

Pack Expo East 2017

Philadelphia, PA

16-18 Aprile

<https://www.packexpoeast.com/>

MEXICO

Expo Pack Mexico 2018

Mexico City

5-8 Giugno 2018

<http://www.expopack.com.mx/2018/en/expopack>

6. OPPORTUNITA'

Il packaging è un fattore cruciale per ogni prodotto, innanzitutto per aumentarne la shelf-life, ma anche per fornire informazioni a livello marketing e di tracciabilità. Nell'industria dei beni di consumo la crescente necessità di prodotti pronti e confezionati per uno stile di vita "on the go" ha reso necessari gli adeguamenti delle imprese alle esigenze del mercato. Uno studio condotto sul panel di multinazionali americane del food and beverage conferma le ottime prospettive del mercato americano per l'automazione del processo: si stima infatti che circa il 67% delle multinazionali coinvolte prevede la sostituzione dei macchinari nei prossimi due anni, privilegiando soprattutto la maggiore automazione, digitalizzazione e sostenibilità. Per poter continuare a vincere nel mercato è necessario però che si sviluppi una maggiore brand awareness e un alto livello di servizio e ricambistica a livello locale. Sarà necessario quindi sviluppare campagne promozionali a livello locale e partecipazione a fiere, entrare in contatto diretto con le aziende interessate per avviare negoziazioni commerciali. Gli Stati Uniti sono un mercato sempre più strategico e solido, con regole scritte e rispettate, in cui è possibile entrare nel mercato tramite export e, ove possibile, acquisizioni o alleanze con operatori locali, per far fronte alle politiche di crescente protezionismo del mercato.

GruppoBPC International è il partner ideale per assistere la tua azienda nel delicato approccio al mercato nord americano, grazie al team locale che presidia direttamente il mercato. Attraverso una consolidata struttura organizzativa, grazie alle sedi di Austin, Texas e di Washington DC, una efficace metodologia di lavoro e una provata efficienza, siamo in grado di creare opportunità per lo sviluppo di relazioni commerciali di successo.

Vi offriamo:

EXPORT - supporto completo per l'ingresso nel mercato Nord-Americano, che prevede l'intera gestione delle attività di accompagnamento all'export, mediante la ricerca, selezione, negoziazione e definizione di contratti di vendita.

EXHIBITION - supporto completo per la partecipazione a fiere di settore e per conoscere i principali attori del mercato.

SALES MISSION - organizzazione di una missione commerciale completa focalizzata all'introduzione dell'offerta del Cliente alle aziende selezionate e supporto durante gli incontri



JOINT VENTURES – assistenza nella ricerca e valutazione di partner internazionali per la costituzione di una joint venture commerciale o industriale

Per maggiori informazioni non esitate a contattarci

HEADQUARTER GRUPPOBPC IRELAND

Marina House, Adelphi Quay
Waterford, Ireland

T +353 51 879 120
F +353 51 879 140

 info@gruppobpc.com
 gruppobpc

GRUPPOBPC ITALY

Via De Amicis, 40
20123 Milan - Italy
Skype: gruppobpc.it

GRUPPOBPC USA

1212 Guadalupe Street
Suite 1003
Austin, Texas - 78701
Skype: gruppobpc.us

Antonio Borello

Email: antonio.borello@gruppobpc.com
Tel. +39 393.933.17.17

Luca Mazzetta

Email: luca.mazzetta@gruppobpc.com
Tel. +39 347.63.56.463

7. SOURCES

- UCIMA
- Il Sole 24
- ISTAT
- Info e Mercati
- IBIS World

8. CREDITS

GruppoBPC International is an international consulting Group with offices in Ireland, Italy, Russia, USA and South East Asia, assisting companies in developing their business in the international markets, supporting trade and investment.

With its own international direct network, GruppoBPC International is able to provide top ranking corporate assistance with value added international services, specifically market entry strategy, international communication campaigns and ongoing management assistance, addressed to establish bridges between countries and to develop a global presence in the international markets.

For more information about our services check out our services' page at www.gruppobpc.com