UCIMA
Unione Costruttori Italiani Macchine Automatiche per il Confezionamento e l'Imballaggio

Comunicato stampa - 29/06/2022

Macchine Packaging: 2021 da record per il settore, il fatturato totale sale a 8 miliardi e 240 milioni di euro

Più 5,5% del comparto rispetto al 2020, infranto il precedente record del 2019. Il neopresidente Cavanna: "Risultato straordinario, ma sul 2022 pesa lo shortage"

Modena, 29 giugno 2022 - Il settore delle macchine automatiche per il confezionamento e l'imballaggio festeggia il record all time: nel 2021 infatti, il comparto ha registrato un fatturato totale pari a **8,24 miliardi**, infrangendo il precedente record del 2019 di 8,04 miliardi. Un risultato ancora più eclatante se si tiene conto delle restrizioni dovute alla pandemia che hanno caratterizzato l'intero 2021 e lo shortage mondiale di materie prime e componentistica che ha messo un freno a produzione e consegne negli ultimi mesi dell'anno. L'incremento rispetto al 2020 è stato pari al **+5,5%**.

I dati sono stati resi noti nell'ambito dell'Assemblea annuale dei Soci dal **Centro Studi Mecs - Ucima** nella **Indagine Statistica Nazionale**, che ogni anno fotografa l'andamento del comparto. **633 le aziende censite**, che contano 36.351 addetti, cresciuti del 2%.

I mercati internazionali

La spiccata vocazione all'export dei produttori italiani di tecnologie e soluzioni per il packaging si conferma anche nel 2021, con il fatturato estero che incide per il 78,4% su quello totale, per una cifra pari a **6,46 miliardi**. Dopo il calo del 4% del 2020, le esportazioni tornano quindi in territorio positivo, registrando un +6,2%. Con 2,15 miliardi di ricavi l'**Unione Europea** si conferma la principale area di destinazione delle macchine made in Italy e assorbe il 40,8% dell'intero export, con un +3,4% rispetto al 2020. Perde terreno l'**Asia** (-4,4%), ma resta comunque la seconda area più importante per l'export delle aziende italiane, con 942 milioni di euro di giro d'affari, pari al 17,8% del totale delle performance internazionali del settore. Terzo gradino del podio per il **Nord America**, che si distingue con una crescita significativa del +13% rispetto al 2020, che si aggiunge al +6% dell'anno precedente. Stati Uniti e Canada portano in dote 828 milioni di euro. Con il 9% del fatturato totale dell'export seguono **Africa e Oceania** (fatturato di 473 milioni), che scavalcano al quarto posto l'**Europa extra-UE**. Chiude la graduatoria il **Centro e Sud America**.
La graduatoria dei singoli paesi vede gli **Stati Uniti d'America** al primo posto, con 756 milioni di euro di macchine vendute e inviate oltreoceano. Per gli USA si registra una crescita del +13,1% rispetto al 2020, un incremento che si aggiunge a quelli degli ultimi anni. Seguono **Francia** e **Germania**, che dopo essere calate nel 2020, tornano a crescere, rispettivamente del +9,6% e del +10,1%. Il fatturato nel paese transalpino è stato pari a 364 milioni, mentre le aziende tedesche hanno acquistato per 316 milioni. La Cina resta al quarto posto, davanti al Regno Unito, che nel corso del 2021 ha superato la Spagna.

Il mercato interno

Cresce anche il mercato italiano, con 1,77 miliardi di giro d'affari e una crescita pari al 3,2% rispetto al 2020. La percentuale sul fatturato totale è pari al 21,6%. Un trend positivo che prosegue.

I settori clienti

Dal punto di vista dei settori clienti la suddivisione tra **food & beverage** e industrie non food è rispettivamente del 57,1% e del 42,9%. Nel dettaglio: il food incrementa l'acquisto di tecnologie rispetto al 2020 dell'8,8%, mentre il beverage ha visto calare il giro di affari del 3,4%. Accorpati insieme la variazione rispetto al 2021 è stata del +3,4% con un fatturato di 4,7 miliardi. Prima posizione tra i settori non food è occupata dalle macchine per il **tissue, il tabacco e altro** che scalza il pharma con 1,5 miliardi, una fetta di fatturato pari al 18,2% e una crescita poderosa sul 2020 pari al +16,8%. Segue il **settore farmaceutico** con 1,4 miliardi e un peso del 17,1% sui ricavi totali. Terzo posto per il **settore cosmetico**, in fase di assestamento dopo l'importante crescita del 2020: l'anno passato le tecnologie per il confezionamento di prodotti cosmetici hanno portato in dote 341 milioni. Infine, il reparto **Chemicals & Home Care** con 286 milioni.

Fatturato per tipologia produttiva
La famiglia delle macchine per il **packaging primario** resta preponderante con il 52,2% della distribuzione del fatturato (4,29 i miliardi derivanti dalla vendita di tali macchine), seguita dal **packaging secondario** (20,7%) e dalle macchine per il fine linea (13,0%). Le tecnologie per il **labelling** valgono il 6,2% del totale dei ricavi.

La struttura produttiva
Le 633 aziende che producono macchinari per il confezionamento e l'imballaggio si concentrano principalmente lungo l'asse della via Emilia- la cosiddetta Packaging Valley - con distretti produttivi anche in Lombardia, Piemonte, Veneto e Toscana. La provincia che conta più aziende è **Bologna**, con 73 imprese, seguita da Parma (55) e **Milano** (54). L'analisi per classe di fatturato evidenzia la netta prevalenza di aziende di piccola dimensione (quelle sotto i 10 milioni di fatturato costituiscono l'81% delle imprese), che pesano però circa il 16% sul fatturato complessivo. Mentre le realtà industriali più strutturate con un fatturato superiore ai 25 milioni di euro (in tutto sono 55, l'8,6% del totale delle aziende del comparto) realizzano il 72% dell'intero indotto del 2021.

Le aspettative per il 2022
"Considerando l'anno difficilissimo che è stato il 2021 - commenta **Riccardo Cavanna, neopresidente di Ucima** -, *tra forti limitazioni nel lavoro quotidiano, l'assenza di fiere e i rallentamenti nella supply chain, assistiamo a un risultato davvero straordinario. Merito di un lavoro incessante che è stato fatto dalle nostre aziende in innovazione, ricerca di soluzioni smart e nella promozione delle tecnologie made in Italy. Il primo trimestre 2022 ha segnato un leggero calo del -4,4% rispetto allo stesso periodo del 2021, ma gli ordini (saliti dell'8%) e i mesi di produzione garantita (6,7), fanno sperare per il proseguo dell'anno. Un anno che - prosegue il presidente -, rischia di essere meno brillante di quello passato a causa di molte criticità: dai costi delle materie prime agli incrementi dei prezzi dei trasporti fino alla difficoltà di reperire determinati componenti che impediscono la consegna di macchine pronte. Senza contare le difficoltà dovute alle sanzioni alla Russia. Vogliamo però restare fiduciosi* - conclude Cavanna -*, anche sulla base degli ottimi riscontri della nostra fiera* ***Ipack-Ima****, che ha dimostrato grande dinamismo del mercato, voglia di ripartire e interessanti prospettive tecnologiche per l'immediato futuro, sempre più digitali e integrate con una servitization ancora più efficiente*".

Allegati

» Dati di sintesi

Sito di provenienza: UCIMA - https://www.ucima.it