

Nuove prospettive nel settore packaging

Quello del packaging è un settore sempre più competitivo, dove l'efficienza degli impianti produttivi, lo sviluppo di soluzioni tecnologicamente innovative e l'affidabilità del prodotto sono fattori chiave per tutte le aziende che vogliono conquistare un ruolo da protagonisti nel mercato. Pensando al confezionamento di prodotti alimentari, ad esempio, è chiaro che la qualità delle tecniche di confezionamento e dei macchinari utilizzati rappresenta un criterio imprescindibile per garantire la freschezza e la conservazione ottimale dei prodotti stessi. Un lavoro ingegneristico dall'alto contenuto tecnologico, dunque, dove la capacità di migliorare le soluzioni offerte determina la competitività di un'azienda rispetto ai suoi competitor di riferimento. Con più di tremila macchine vendute in tutto il mondo, il Gruppo Colimatic è leader nel settore delle macchine per il confezionamento di prodotti di ogni genere, specialmente alimentari e medicali. L'azienda, fondata nel 1973 a Chiari, inizia la propria attività costruendo le prime macchine confezionatrici verticali ed orizzontali (i famosi modelli Delta e Sigma) per passare poi, agli albori della storia in questo settore, al mondo del sottovuoto e dell'atmosfera protettiva. Da allora ha allargato la produzione con il lancio di brevetti internazionali, macchinari di ultima generazione e linee complete di confezionamento che hanno permesso di consolidare la posizione di leader nel mercato mondiale. Ne parliamo con il CEO di Colimatic, Vittorio Libretti.

Quali accorgimenti devono essere presi in considerazione nel packaging alimentare e, di conseguenza, nella progettazione delle macchine utilizzate?

Guardare oltre la crisi significa migliorare e cogliere nuove opportunità di sviluppo che permettano all'industria italiana di superare i propri limiti. Ne è convinto Vittorio Libretti della Colimatic
Erika Facciola

«La regola principale è 'semplificare'. Oggi dobbiamo far riferimento a delle regolamentazioni che se non affrontate nel modo giusto espongono al rischio di complicare l'uso dei macchinari e quindi renderli meno fruibili. Ci si basa, nella progettazione e realizzazione di un impianto, su delle regole auree: standardizzazione dei componenti, modularità, sanificabilità, semplicità d'uso, robustezza, unite alla capacità di seguire il cliente in ogni sua esigenza».

Come si riesce a coniugare la capacità di offrire affidabilità e qualità dei macchinari a prezzi concorrenziali?

«Ci siamo strutturati in modo da tagliare il più possibile i costi indiretti, ovvero tutto quello che



Vittorio Libretti, CEO della Colimatic di Chiari (BS) www.colimatic.it



«La crisi rappresenta un'ottima occasione per riflettere su quello che siamo e cercare di capire dove possiamo migliorare»

il cliente non apprezza nel prodotto perché non direttamente osservabile. A questo, abbiamo unito un'organizzazione snella e reattiva di tutta la struttura aziendale che permette di contenere i costi e avere, nello stesso tempo, un controllo capillare su eventuali errori di processo che rischierebbero di disperdere risorse economiche ed energie professionali. In sostanza l'idea di base è ottimizzare il più possibile le risorse ed investire sulla qualità del prodotto».

Su quali strategie avete puntato per reggere alle oscillazioni del mercato in tempi di crisi economica così marcata?

«Oltre all'ottimizzazione e allo snellimento dei processi produttivi, abbiamo puntato sull'aggregazione tra più aziende non concorrenti ma complementari, volta allo sviluppo di un'economia di scala, sia dal punto di vista produttivo che commerciale, e a un rafforzamento della rete distributiva. Purtroppo nell'industria italiana questa è una cosa che raramente si riesce a realizzare poiché la vocazione prettamente familiare del tes-

suto imprenditoriale nazionale tende a limitare la capacità di interazione con altri settori. In tal senso, credo fermamente che la crisi rappresenti un'ottima occasione per riflettere su quello che siamo e cercare di capire dove possiamo migliorare».

Quanto conta per un'azienda come Colimatic l'investimento in ricerca e sviluppo?

«Si può dire che ricerca e sviluppo sono la base del nostro modo di lavorare; specie in questo settore, l'evoluzione tecnologica è fondamentale per rimanere competitivi e affidabili agli occhi del cliente. Ed è proprio a partire dalle esigenze della clientela che abbiamo fondato la nostra attività».

Quali sono i vostri principali mercati di riferimento dal punto di vista territoriale e industriale?

«I mercati di riferimento sono i paesi scandinavi e gli Stati Uniti, dove siamo presenti con filiali commerciali e tecniche in Svezia e in California. Negli ultimi anni abbiamo conosciuto una crescita esponenziale in paesi come il Brasile e, in generale, in America Latina dove iniziamo ad occupare quote di mercato sempre più importanti».

E per quanto riguarda il mercato italiano?

«L'Italia è a tutt'oggi il mercato più importante anche se afflitto da una crisi di liquidità che rende tutte le operazioni più complicate. La nostra produzione è divisa indicativamente al settanta per cento nel settore alimentare e per il trenta per cento in quello medicale».

Alla luce di queste considerazioni, quali sono le prospettive per il 2012?

«Pur trovandoci in un periodo di crisi conclamata siamo certi che gli investimenti profusi nell'ultimo biennio saranno monetizzati nel corso del prossimo anno, il che ci permetterà di proseguire nel percorso di crescita intrapreso».