

EUROPA

# Il packaging si proietta su Mosca

-Ilaria Vesentini | Mercoledì 24 Gennaio 2018



«**L**a Russia è un mercato immenso che dobbiamo presidiare, perché è tornato a produrre e a investire molto sulla manifattura e dopo anni di crisi la domanda di macchine per il packaging ha ripreso a crescere. Restano i problemi della debolezza del rublo (di cui approfittano i nostri competitor fuori dall'area euro, turchi in primis), e della barriera linguistica, perché qui o parli russo o non porti a casa un contratto». Riccardo Cavanna, ad dell'omonimo gruppo di Novara leader negli impianti di confezionamento flowpack, da ieri è a Mosca assieme a una ventina di imprenditori italiani del settore per Upakovka, la più importante fiera russa dedicata all'industria del processing e packaging.

La Russia è risalita lo scorso anno dal decimo all'ottavo posto tra le destinazioni dell'export italiano di impianti per packaging, con una crescita del 23% nei primi nove mesi 2017, stima Ucima, la Confindustria di settore. E l'Italia è il secondo partner commerciale dopo la Germania, con il 28% del mercato russo di packaging machinery contro il 30% dei tedeschi (dati Ice). Sono competitor ma anche alleati italiani e tedeschi di fronte all'avanzata cinese: Upakovka è organizzata da Messe Düsseldorf con il supporto di Ucima e Ipack-Ima (joint venture tra Ucima e Fiera Milano), sotto l'ombrello di Interpack Alliance. E il prossimo obiettivo comune è portare a Milano la clientela russa per The Innovation Alliance, il nuovo evento delle tecnologie meccaniche di filiera che debutterà il 29 maggio.

«Sarebbe un errore strategico puntare sulla Russia solo per vendere, qui bisogna investire direttamente – sottolinea Pier Paolo Celeste, direttore dell'ufficio Ice di Mosca –. Food e pharma sono due settori considerati strategici dal governo Putin per rilanciare l'industria e sono i segmenti target per i nostri costruttori di tecnologie».

La Schmucker di Gorizia presidia la Russia dal '94 e ha un parco di 150 impianti installati nella federazione, tra multinazionali clienti come Nescafé e Gsk e Pmi locali. «Facciamo in Russia il 5% del nostro fatturato e non mi aspetto exploit. Il cliente russo tende a risparmiare sulla tecnologia, compra dai cinesi per poi chiedere a noi di risolvergli i problemi», spiega l'ad Enrico Schmucker.

Il gruppo bolognese Marchesini ha aperto la filiale commerciale a Mosca due anni fa. «Siamo partiti in 9 e siamo già in 12 – racconta Sergey Ilyukhin, general director Russia – e il fatturato cresce di oltre il 10% l'anno nelle macchine per il pharma, dove la qualità ci aiuta a tenere alla larga i concorrenti low cost. Ora stiamo entrando nella cosmetica e siamo fiduciosi».