

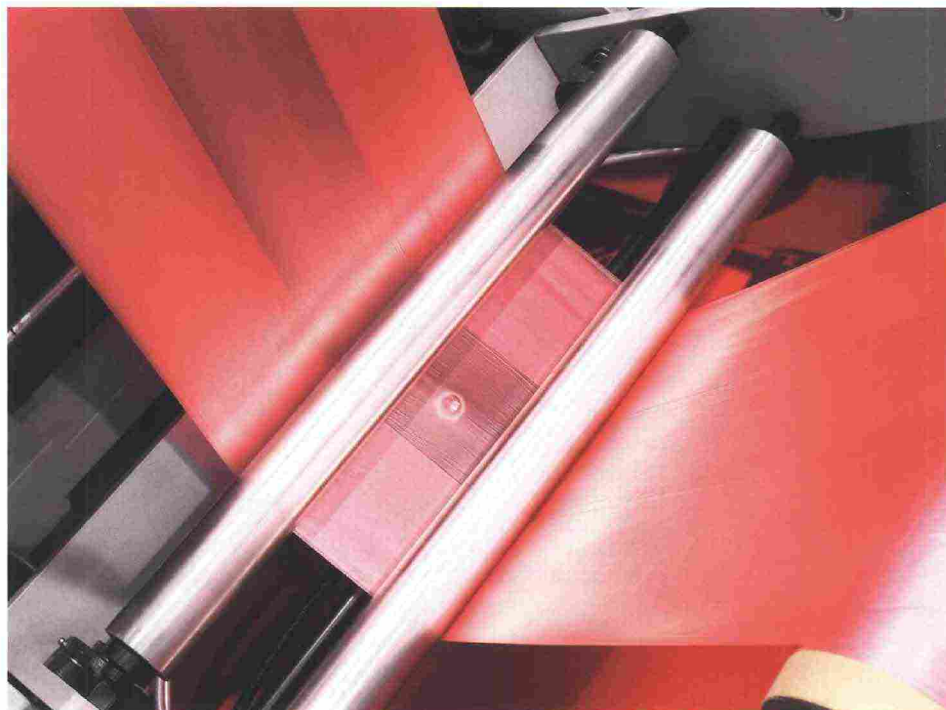
Made in Italy: difficoltà e previsioni

Analisi, strumenti e prospettive (diverse e strategiche), secondo **Andrea Briganti**, direttore di Acimga e della Federazione Carta e Grafica. EP

Le aziende italiane fanno sempre più fatica. Oggi a garantire continuità nella supply chain e fra pochi mesi a gestire le conseguenze di un rallentamento nella raccolta ordini che si farà pienamente sentire in autunno. Ma la crisi provocata dalla pandemia che in Europa ci ha visti in trincea per primi non durerà a lungo e verosimilmente - questa la scommessa ragionata - sarà seguita da una ripresa, anche vivace, un po' come è accaduto nel periodo post bellico con la ricostruzione. Questo, in estrema sintesi, il commento di Andrea Briganti ai dati raccolti dalla survey settimanale promossa da Acimga per monitorare, nel pieno della crisi da Covid-19, la vita delle aziende italiane che forniscono tecnologie di stampa e converting.

Raccolta dati e lobbying "just in time"

«Le aziende denunciano una difficoltà progressiva a mantenere continuità nella produzione, con una contrazione delle commesse, la difficoltà di raggiungere i clienti dentro e fuori i confini nazionali, e la riduzione dell'incoming



dei compratori dall'estero. La crisi si fa sentire soprattutto nell'after sales: le nostre aziende garantiscono senza difficoltà il servizio 24/7 di engineering e di assistenza, ma il fermo delle installazioni, ostacolate dalle barriere alla circolazione del personale tecnico, bloccano il mercato e, rappresentando l'ultimo adempimento agli obblighi contrattuali, anche i pagamenti, innestando crisi di liquidità».

Per affrontarle Acimga da un lato raccoglie dati e informazioni in tempo reale; dall'altro li trasmette con altrettanta tempestività ai ministeri competenti accompagnati da proposte e istanze a sostegno del settore. «Il quadro muta giorno dopo giorno; l'economia di una settimana fa è completamente diversa dall'attuale. Per questo la velocità di analisi e risposta è fondamentale. Il nostro questionario

Made in Italy: difficulties and forecasts

Analysis, tools and perspectives (different and strategic), according to **Andrea Briganti**, director of Acimga and the Italian Paper and Graphics Federation. EP

Italian companies are increasingly struggling. Today in order to guarantee continuity in the supply chain and in a few months time to manage the consequences of a slowdown in order collection that will be fully felt in the autumn. But the crisis caused by the pandemic that saw us first in the trenches in Europe will not last long and probably - this is the reasoned bet - will be followed by a recovery, even a lively one, a bit like what happened in the post-war period with the reconstruction. This, in a nutshell, is Andrea Briganti's comment on the data collected by the weekly survey promoted by Acimga to monitor, in the midst of the

Covid-19 crisis, the life of Italian companies that supply printing and converting technologies.

Just in time data collection and lobbying

«Companies report a progressive difficulty in maintaining continuity in production, with a contraction in orders, the difficulty of reaching customers inside and outside national borders, and the reduction of the incoming of buyers from abroad. The crisis is especially felt in after sales: our companies freely guarantee the 24/7 engineering and assistance service, but the shutdown of installations, hampered by barriers to the move-

ment of technical personnel, freezes the market and, representing the ultimate fulfilment of contractual obligations, also freezes payments, triggering a liquidity crisis».

To deal with the same, Acimga is on the one hand collecting data and information in real time; on the other, it is sending it with equal speed to the competent ministries accompanied by proposals and requests supporting the sector. «The picture changes from day to day; the economy of a week ago is completely different from the current one. Which is why the speed of analysis and response is fundamental. Our questionnaire allows us to follow life in companies in real time and our new head of institutional relations, bearer of high profile skills; coordinates lobbying activities in support of our industry».

These are projects to be activated immediately, for example to obtain a pass that certifies the state of good health of our technicians, enabling them to cross the border to carry out installation and maintenance operations. But also projects with a

MERCATI

«La crisi provocata dalla pandemia non durerà a lungo e verosimilmente - questa la scommessa ragionata - sarà seguita da una ripresa, anche vivace»

«The crisis caused by the pandemic will not last long and probably - this is the reasoned bet - will be followed by a recovery, even a lively one»

nario di inchiesta ci permette di seguire in tempo reale la vita nelle aziende e la nostra nuova responsabile dei rapporti istituzionali, portatrice di competenze di alto profilo, coordina le attività di lobbying a sostegno della nostra industria».

Sono progetti da attivare immediatamente, ad esempio per ottenere un lasciapassare che attesti lo stato di buona salute dei nostri tecnici, abilitandoli a varcare il confine per effettuare operazioni di installazione e manutenzione. Ma anche progetti con effetto prolungato nel tempo, ad esempio per affrontare la progressiva riduzione della forza lavoro nelle fabbriche, tipicamente con il ricorso alla cassa integrazione e altri ammortizzatori sociali, e un po' più in là la crisi che si prospetta per molti, a seguito del rallentamento nella raccolta ordini.

«Per l'Italia, infatti, il 2020 è un anno anomalo non solo per via del Covid-19 ma anche perché è (era) l'anno di drupa che, nel nostro paese, vede da sempre un fermo quasi generalizzato degli ordini in attesa della fiera, dove si fa "il pieno" per un lungo periodo successivo. Quest'anno, all'ultimo, l'evento è saltato, e le conseguenze per le aziende, in termini di gestione dei forecast in bilancio, non sono banali. Anche perché il nostro è un settore



che non fa magazzino ma produce su ordinazione... Insomma, per affrontare il grosso della crisi industriale abbiamo per fortuna un po' di respiro, ma d'altro canto questa crisi ha una coda lunga, e va affrontata sull'oggi e al tempo stesso in prospettiva».

E la bufera finanziaria?

Ma le difficoltà non sono solo di ordine manifatturiero. Vedendo la volatilità delle borse molti paventano una crisi finanziaria globale e prospettano un secondo 2008. «Il susseguirsi di crolli al -20% e di recuperi al +60% mettono ansia e anche gli analisti più accreditati non azzardano previsioni: i mercati si comportano come in economia di guerra e, come in quel caso, i conti si fanno alla fine. Dopo una guerra, però - mi vien da considerare - la ripresa è veloce e importante, e a mio parere questo è lo scenario più probabile del dopo crisi».

La fiducia di Briganti si poggia su due considerazioni di ordine fattuale. «La Banca Centrale Europea da un lato e la Federal

Reserve americana dall'altro, ciascuna a modo proprio, hanno messo in campo una serie di misure e molte risorse per sostenere l'economia sotto questo profilo. E lo hanno fatto dopo che, proprio come conseguenza della *débacle* del 2008, il sistema finanziario internazionale si è di molto ripulito. Non solo: in Italia in particolare, dove le banche erano particolarmente esposte e fragili, in questo decennio è stata compiuta una radicale opera di riforma e patrimonializzazione, che vede ora i nostri istituti forti e in grado di erogare credito a sostegno delle imprese».

Nuove prospettive. Collettive

Le maggiori difficoltà, conclude Briganti, non saranno di ordine finanziario ma produttivo, ed è qui che occorre concentrare gli sforzi. Oltre alle attività di monitoraggio e lobbying, Acimga ha avviato progetti di advocacy a sostegno della reputazione del Made in Italy nel mondo (ricordiamo che i costruttori italiani di macchine per il printing e il converting esportano in media il 60% della loro produzione). Ma non solo.

«Questa crisi richiede una politica di Paese, delle azioni di settore e un senso di coesione che superi il particolarismo così tipico della cultura italiana. Offre dunque un'occasione ulteriore per riflettere su quando sia più proficuo fare un affare da soli (vincere una battaglia) o raggiungere la massa critica necessaria a contare nel mondo (vincere una guerra). Significa vedere Acimga e Federazione Carta Grafica non tanto come potenziali hub per incontri d'affari ma come luoghi dove fare politica economica dal basso, in prima persona».

Le occasioni sono innumerevoli e sempre se ne creano. Anche adesso, sia sul piano industriale sia promozionale: «Se riusciamo a sostenere la nostra industria in questo momento di difficoltà - esemplifica Briganti - fra pochi mesi avremo aziende strutturate per

prolonged effect over time, for example to tackle the progressive reduction of the workforce in the factories, typically with the use of layoffs and other social safety nets, and a little further on the crisis that faces many, following the slowdown in order collection.

«For Italy, in fact, 2020 is an anomalous year not only because of Covid-19 but also because it is (was) the year of drupa that, in our country, has always seen an almost generalized stoppage of orders in the run-up to the fair, where you "fill up" for a long subsequent period. This year, at the last moment, the event was canceled, and the consequences for companies, in terms of managing the budget forecasts, are in no way trivial. Also because ours is a sector that does not work to stock but produces to order ... In short, to deal with the bulk of the industrial crisis, we fortunately have a little breathing space, but on the other hand this crisis has a long tailback, and must be addressed today and at the same time prospectively».

And the financial storm?

But the difficulties are not only of a manufacturing nature. Seeing the volatility of the stock exchanges, many fear a global financial crisis and expect a second 2008. «The succession of collapses at -20% and recoveries to +60% are unnerving and even the most accredited analysts dare not make predictions: the markets behave as if we were in war economy and, as in that case, the accounts are settled at the end. After a war, however - I am tempted to consider - the recovery is fast and furious, and in my opinion this is the most likely scenario after the crisis».

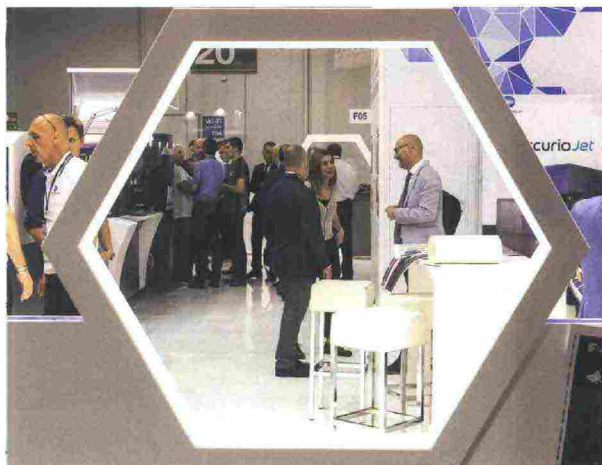
Briganti's faith rests on two factual considerations. «The European Central Bank on the one hand and the American Federal Reserve on the other, each in its own way, have implemented a series of measures and many resources to support the economy in this respect. And they did it after, as a very consequence of the 2008 *débacle*, the international financial system cleaned itself up a lot. And not only that. In Italy in particular, where

banks were particularly exposed and fragile, a radical reform and procedure of capitalization was carried out in this decade, which now sees our institutions strong and capable of providing credit in support of businesses».

New prospects. Collectives

The greatest difficulties, concludes Briganti, will not be financial but productive, and this is where efforts need to be concentrated. In addition to monitoring and lobbying, Acimga has launched advocacy projects in support of the reputation of Made in Italy in the world (remember that Italian printing and converting machine manufacturers export on average 60% of their production). And there is more.

«This crisis requires a country policy, sectoral actions and a sense of cohesion that overcomes that particularism so typical of Italian culture. It therefore offers a further opportunity to reflect on when it is more profitable to make a deal alone (win a battle) or to reach the critical mass necessary to count in the world (win a war). It means seeing



sostenere l'industria del packaging in settori vitali, come il food e il pharma, anche nei Paesi stranieri colpiti dall'onda lunga del contagio. Con prospettive di ripresa e di riposizionamento davvero importanti.

Pensando poi alle fiere (la nostra Print4All con The Innovation Alliance) e ai convegni di informazione come le imminenti conferenze sulla stampa rotocalco e i trend di filiera, è chiaro che la loro portata supera di molto l'evento puntuale. Le fiere sono pedine di una partita che gli enti organizzatori giocano sullo scacchiere internazionale, stringendo alleanze e occupando spazi vitali per l'export di un Paese: una partita che, ovviamente, si gioca in squadra. Quanto alle conferenze, abbiamo confermato Roto4All per il 28 aprile, rendendolo un webinar, e spostando l'evento a Firenze il 23 ottobre. Mentre la Print4All Conference avrà una preview via web il 18 maggio e l'evento vero e proprio in streaming il 24 giugno. Tutti appuntamenti che si prestano a mettere in campo l'efficacia e la portata innovativa degli incontri a distanza che la pandemia sta potenziando».

Acimga and the Paper and Graphics Federation not so much as potential hubs for business meetings but as places to do economic policy from the bottom up, personally».

The opportunities are countless and always arise. Even now, both on an industrial and promotional level: «If we can support our industry in this difficult time - exemplifies Briganti - in a few months we will have companies structured to support the packaging industry in sectors that are vital, such as food and pharma, even in foreign countries hit by the long wave of the infection. With truly considerable recovery and repositioning prospects.

Thinking then about the fairs (our Print4All with The Innovation Alliance) and information conventions such as the upcoming conferences on rotogravure printing and supply chain trends, it is clear that their scope far exceeds the actual event. Fairs are pawns in a game that the organizing bodies play on the international chessboard, making alliances and occupying vital spaces for a country's exports: a game that is obviously played as a team.

As for the conferences, we confirmed Roto4All for April 28, making it a webinar, and moving the event to Florence on October 23. While the Print4All Conference will have a web preview on May 18th and the actual event streaming on June 24th. All appointments that lend themselves to fielding the effectiveness and innovative scope of remote meetings that the pandemic is strengthening».