



COMUNICATO STAMPA
Lecco, 10 luglio 2019

FARE SISTEMA PER PERFORMARE SUI MERCATI INTERNAZIONALI CON UN NUOVO APPROCCIO STRATEGICO: LA TESTIMONIANZA DELLA PRIMA RETE DI IMPRESE ITALIANE LEADER NEL SETTORE IMBALLAGGIO E PROCESSO

Inaugurata nel 2013 con il nome “Processing & Packaging – The High-Tech Italian Way, e più recentemente rinominata **PACKPACT** è la rete di aziende leader nella filiera di processo e imballaggio che propone al mercato l’accesso a soluzioni complete, flessibili e all’avanguardia, garantite dall’eccellenza tecnologica made in Italy.

Sviluppare il business e aumentare la competitività sul mercato attraverso l’integrazione delle competenze specifiche di ogni società partecipante, coordinare le modalità di accesso a nuovi mercati esteri promuovendo un’offerta di prodotto integrata, svolgere congiuntamente le attività di promozione e marketing nei mercati esteri individuati, per intraprendere iniziative condivise in linea con le strategie di penetrazione, sono gli obiettivi principali attorno ai quali ha preso vita e si è sviluppata la Rete.

Cresciuta nel tempo, **PACKPACT** comprende oggi sette produttori nazionali leader nei rispettivi segmenti grazie all’ingresso di nuove aziende che hanno dato fiducia a questo nuovo sistema di fare impresa all’estero.

La prima Rete d’Imprese Italiane nei Settori Packaging & Processing, comprende quindi oggi: **Ronchi Mario** *filling&capping*; **Cama Group** *secondary packaging*; **Ilpra** *traysealing, thermo forming form fill and seal*; **Universal Pack** *stick pack & sachet fill and seal*; **Makro** *labelling*; **Tosa Group** *wrapping*; **Cleverttech** *palletizing*.

Nel loro complesso, nel 2018 le aziende della Rete hanno fatturato **300 milioni** di euro, dato su cui l’**export** ha inciso per l’**85%**.

Il numero dei **dipendenti** impiegati dalla Rete è pari a un totale di più di **1.050**, con un incremento medio di crescita pari al 20 % registrato negli ultimi due anni.

Attraverso le attività promozionali congiunte, le aziende facenti parte della Rete hanno potuto aumentare di oltre il 100% il numero delle **fiere partecipate** nei nuovi mercati.

Le aziende di PACKPACT hanno presentato ufficialmente per la prima volta oggi, 10 luglio, la nuova immagine e le più recenti esperienze di successo che le aziende della rete hanno sviluppato in sinergia, attraverso le voci di **Annalisa Bellante**, Presidente PACKPACT e CEO Cama Group, **Daniele Bellante**, CEO Cama Group, **Gianmario Ronchi**, Vice presidente PACKPACT e CEO Ronchi Mario, **Enrico Reggiani**, CFO Cleverttech, **Massimo Manzotti**, Managing Director Makro Labelling, **Serena Tosa**, Amministratore Delegato Tosa Group, **Marco Nardini**, Sales Director Universal Pack, **Maurizio Bertocco**, Amministratore Delegato Ilpra e **Armando Honegger**, CEO honegger soggetto attuatore PACKPACT.

Gli obiettivi di condivisione degli asset strategici, per promuoversi in modo sempre più efficace sui nuovi mercati dove performare, hanno, infatti, rafforzato i valori che il marchio della Rete deve rappresentare: “l’eccellenza della filiera di processo e imballaggio italiana competitiva sul mercato internazionale per soluzioni tecnologiche complete e innovative”.

Da qui, quindi, la scelta dell’Organo di Gestione di avviare mesi fa uno studio di rebranding della Rete per individuare un nuovo marchio in grado di trasmettere pienamente i valori da rappresentare, attraverso una scelta figurativa maggiormente impattante.



Dallo studio effettuato il neologismo “PACKPACT” risulta la sintesi più immediata degli elementi fondanti: il settore (PACK) e la rete di imprese (PACT), approfonditi poi dal payoff “your partner in advanced processing & packaging”.

Il figurativo prescelto ricorda lo stilema della catena genetica, dove gli elementi costituenti sono contraddistinti da un unico e forte DNA: la bandiera del made in Italy.

*“Cama è entrata a far parte della rete d’imprese proprio con lo scopo di creare un “format” di aggregazione innovativo, indipendente dalle logiche delle associazioni di categoria, con l’intento di creare realmente sinergie di promozione e di stimolare l’innovazione di settore e l’internazionalizzazione e quindi la capacità competitiva delle aziende - evidenzia **Annalisa Bellante**, Presidente PACKPACT e CEO Cama Group. Il progetto di rete vuole andare ben oltre ad una semplice promozione congiunta, ma punta ad una condivisione d’esperienze aziendali, che si traduce in un confronto continuo su argomenti sia strategico organizzativi, che fortemente operativi, che vanno al di là delle importanti sinergie commerciali e di progetto! Un confronto tra imprenditori moderni, che gestiscono aziende con un alto grado d’innovazione tecnologica che trovano nel confronto e nella condivisione d’informazioni e di esperienze la chiave di crescita e di successo di questo nostro apprezzato “made in Italy”.*

*“Ho voluto fortemente essere soggetto promotore di questa rete d’impresa poiché credo che la condivisione e relazione attiva tra le aziende partecipanti sia fondamentale per consolidare la presenza nei mercati esteri e promuovere il “sistema Italia” - sottolinea **Gianmario Ronchi**, CEO Ronchi Mario. Nel nostro settore, ciascuna delle aziende che fa parte della rete gode già di una eccellente reputazione internazionale, per le elevate capacità tecnologiche e per flessibilità produttiva. Presentarsi con portafoglio di soluzioni tecnologiche integrate, con una forza commerciale potenziata dal network e che utilizza le fiere di settore come strumento principale di promozione ci ha permesso, in soli due anni, di consolidare la nostra presenza e, soprattutto, di esplorare i nuovi canali commerciali ed entrare come leader nei nuovi mercati come, ad esempio, le aree economiche a più alto tasso di sviluppo. Risultati che lavorando in autonomia avremmo raggiunto a fatica, con maggiore dispersione e maggiori difficoltà. Sinergia, dunque, è ciò che caratterizza e dà forza alla nostra rete. Per uno sviluppo del sistema e delle singole imprese coinvolte.”*

*“La partecipazione al network PACKPACT ha permesso a Cleverttech di avere maggiore visibilità sui mercati esteri, in particolare sul mercato Asiatico e Sud Est Asiatico - commenta **Enrico Reggiani**, CFO Cleverttech - sul quale l’azienda ha deciso di investire in modo sostanziale, grazie all’incremento della partecipazione a fiere ed eventi, da diversi anni. A seguito di questa crescita l’azienda ha implementato del 30% i nuovi ingressi nei reparti Sales e Project Management. Il Network riunisce aziende di eccellenza, ognuna in grado di apportare il miglior know how nel proprio segmento, permettendo di offrire soluzioni integrate ai massimi livelli. Lo stesso fatturato aziendale ha beneficiato della partecipazione al network con un incremento sui mercati asiatici dell’80%, con ottimi risultati in particolare sul mercato thailandese e cinese”*



*“Rappresentare ed esportare l’eccellenza tecnologica made in Italy in tutto il mondo: sono le basi da cui nasce la nostra partnership con la Rete: il network di filiera nell’ambito delle tecnologie per il processing, packaging e imballaggi - afferma **Massimo Manzotti**, Managing Director Makro Labelling. L’ingresso nel network di aziende si sposa perfettamente con la nostra idea di fare rete rappresentando ed esportando l’eccellenza tecnologica made in Italy in tutto il mondo, proponendo soluzioni tecnologiche integrate ed innovate, orientate alla fornitura di linee complete per i buyer internazionali e offrendo alle aziende partecipanti la possibilità di crescere e competere sul mercato globale. La collaborazione con le altre aziende facenti parte la rete, ci ha proprio permesso di lavorare congiuntamente a sviluppi tecnici, fornendo soluzioni altamente tecnologiche e concorrenziali e che auspichiamo ci portino ad incrementare ulteriormente il nostro fatturato export in costante crescita”.*

*“Pur essendo entrati a far parte della rete nel 2019 possiamo già sicuramente affermare che l’ingresso nel network ha portato grandi benefici per Tosa Group in termini di apertura mercati e sinergie - dichiara **Serena Tosa**, Amministratore Delegato Tosa Group. L’entrare in relazione con le altre aziende della rete, infatti, ha agito come stimolo per aprire gli orizzonti della nostra realtà e scoprire nuovi approcci, punti di vista e opportunità sui mercati. Avere la possibilità di confrontarsi e collaborare con altre aziende che operano sullo scacchiere internazionale e dominano determinate logiche ed arene competitive è una grande ricchezza che ci sta portando ad aprire nuovi canali ed allargare la nostra vision. Il presentarsi, inoltre, come sistema, per i potenziali clienti ci da un altro valore aggiunto perché massimizza l’impatto delle aziende e valorizza il knowhow di squadra. Grazie all’ingresso in rete abbiamo raddoppiato il numero di eventi fieristici del 2019 rispetto all’anno precedente e questo ci ha permesso di affacciarci in paesi e mercati su cui non eravamo presenti attivando relazioni ed opportunità che ci erano precluse. La rete, infatti, permette di ottimizzare l’accesso agli eventi ridimensionando il costo di apertura mercato che avremmo dovuto sostenere presentandoci in solitaria. Le rete, inoltre, ci ha permesso di scoprire mercati e realtà che non avevamo mai preso in considerazione pensando non fossero interessanti per noi e che invece si sono dimostrati con gran potenziale. Agli eventi a cui abbiamo già partecipato sono seguiti svariati contatti e trattative commerciali che hanno il potenziale per concretizzarsi in new business.”*

*“La sinergia nata tra le aziende della Rete ha posto le basi per rapporti di collaborazione che si traducono nella trasmissione reciproca di lead e nella realizzazione congiunta di progetti – sottolinea **Marco Nardini**, Sales Director Universal Pack, le aziende della Rete sono infatti tra loro complementari. Progetti che portano al potenziamento della rete commerciale e all’ampliamento dell’offerta tecnologica, con conseguente crescita del fatturato dell’azienda. La condivisione, inoltre, di valori e di un codice etico contribuiscono al miglioramento dei servizi offerti da ogni singola azienda, alzando ulteriormente l’asticella della qualità del made in Italy. L’esperienza di Rete ha permesso a noi di Universal Pack di rafforzare la presenza in mercati esteri strategici e in aree dove non eravamo ancora presenti in maniera strutturata. La partecipazione congiunta alle fiere con aziende che rappresentano i top players dei rispettivi settori di riferimento, inoltre, ha influito positivamente sull’immagine e il valore percepito di Universal Pack. Altri importanti vantaggi che ci ha portato l’ingresso nella Rete sono rappresentati dalla qualità organizzativa degli eventi, dalla qualità realizzativa degli stand, dalle dimensioni di questi, dal posizionamento vantaggioso all’interno dei quartieri fieristici, dai rapporti privilegiati con i media e dalle attività promozionali gestite collettivamente.”*



*“L’adesione di ILPRA, alla rete d’impresa PACKPACT, sposa la filosofia di questa organizzazione di ampliare e consolidare l’offerta del made in Italy, nelle regioni dove i mercati stanno dimostrando forte espansione e propensione all’accoglienza dell’eccellenza italiana - evidenzia **Maurizio Bertocco**, Amministratore Delegato Ilpra. Attraverso la rete ILPRA può usufruire dei benefici e della consolidata esperienza di Honegger, Project Manager delle attività di comunicazione e promozione. Confidiamo che l’adesione alla “rete” permetterà ad ILPRA di essere sempre più presente soprattutto su mercati meno convenzionali per i nostri prodotti, ma dalle ottime potenzialità, come Asia, Latino America ed Africa. Siamo inoltre convinti che la sinergia creatasi con i partner aderenti alla rete renderà possibile una più solida strategia di mercato, offrendo un importante valore aggiunto ai nostri clienti: l’opportunità di avere un unico interlocutore per la fornitura di linee complete”.*