

# Intermedi di chimica fine e specialità

*La volatilità del prezzo del petrolio rende difficile la gestione degli acquisti e la salvaguardia della redditività. Nella seconda parte del 2008 si è assistito a una domanda in calo in molti comparti e alla sospensione degli acquisti da parte dei clienti in difficoltà.*

*Difficilmente nel 2009 si assisterà ad una ripresa. Questo in sintesi quello che emerge dall'analisi di Federchimica sulle aziende di chimica fine*



Il 2008 per le aziende di chimica fine e specialistica è stato un anno caratterizzato dal passaggio da una fase estremamente grave di pressione sui costi a una fase molto delicata nella quale il crollo dei prezzi delle commodity ha indotto le imprese appartenenti alla filiera produttiva a ritardare gli acquisti. Questa situazione è aggravata dalla crisi finanziaria, che genera incertezza tra gli operatori del mercato, e dal problema delle restrizioni al credito, che ha allungato i tempi di pagamento. La riduzione delle quotazioni del greggio non ha avuto rilevanti effetti benefici sui margini di redditività delle impre-

se del comparto. I prezzi dell'ausiliaristica, infatti, non hanno mai assorbito gli ingenti aumenti della prima parte dell'anno.

In questa fase di rallentamento dell'economia i settori appartenenti al made in Italy, principali clienti delle aziende di chimica fine e specialistica, stanno soffrendo particolarmente del calo degli acquisti e della stretta creditizia.

Schiacciate tra una domanda debole e una maggiore difficoltà a reperire finanziamenti, faticano a difendere la redditività delle produzioni rischiando perciò, in alcuni casi, la fermata o addirittura la

chiusura degli impianti produttivi.

Nella chimica fine e specialistica il contributo delle esportazioni resta molto importante. Si segnala, tuttavia, un rallentamento concentrato soprattutto nei Paesi extra UE.

Il regolamento REACH, inoltre, entrato in vigore nel corso dell'anno, ha causato forti disagi e ingenti spese. La sua gestione ha, infatti, imposto a molte aziende l'assunzione o comunque l'allocatione di personale specializzato al fine di adempiere a tutti gli obblighi imposti dal regolamento.



## Alcune valutazioni

Con riferimento alle peculiarità dei singoli comparti produttivi possono essere fatte diverse valutazioni. Continua la fase di difficoltà per le imprese operanti nel settore degli additivi e ausiliari per l'industria tessile, cartaria, conciaria e per il trattamento delle acque. L'aumento dei costi di energia e materie prime prima e il crollo degli acquisti poi hanno messo in difficoltà numerose cartiere, concerie e aziende tessili. Soprattutto quest'ultimo settore sta vivendo una fase di forte crisi che sta portando alla chiusura di numerosi impianti produttivi. Le aziende produttrici di ausiliari e additivi si trovano nella difficile situazione di dover selezionare i clienti poiché il calo della domanda e la crisi del credito hanno riportato all'attenzione il problema degli insoluti. Il settore del trattamento delle acque beneficia di una situazione leggermente migliore potendo contare su una domanda più stabile. Tuttavia anch'esso condivide con gli altri comparti dell'ausiliaristica la difficoltà a programmare gli acquisti di materie prime e a scaricare a valle della filiera gli aumenti dei costi di produzione. Non è chiaro quanto il recente e repentino crollo del prezzo del petrolio possa essere duraturo e, in ogni caso, non si è tradotto in un deciso calo dei costi delle materie prime. Le previsioni per il 2009 non prospettano uno scenario molto differente. Continueranno, infatti,

le difficoltà legate ad una domanda debole e difficilmente si potrà assistere ad un recupero dei volumi di vendita.

## Il settore dei pigmenti e coloranti organici

Questo ambito nel 2008 ha sofferto una riduzione della domanda proveniente da numerosi mercati a valle. Le aziende operanti nel trattamento del legno, del cuoio e le imprese tessili stanno vivendo una fase di forte contrazione degli ordini e di conseguenza attivano una domanda limitata di pigmenti e coloranti organici. Tiene meglio il settore alimentare, fisiologicamente più stabile. Per quanto riguarda il commercio con l'estero, il mercato europeo è ormai da

tempo invaso da prodotti di importazione venduti a prezzi ridotti ma di bassa qualità. Riescono perciò ad esportare solo quelle aziende che avendo investito in ricerca e innovazione sono in grado di proporre prodotti ad alto valore aggiunto.

Il 2008 si chiuderà in calo rispetto all'anno precedente e difficilmente il 2009 porterà ad un recupero immediato dei volumi di produttivi. Le aziende produttrici di intermedi, principi attivi, catalizzatori e altri prodotti di chimica fine hanno vissuto un forte calo della domanda nel corso dell'ultimo trimestre dell'anno. Il crollo degli ordinativi provenienti dal settore tessile e del trattamento del cuoio ha determinato una contrazione delle vendite di intermedi chimici.

Numerose aziende a valle della filiera si trovano in difficoltà a causa del rallentamento dell'economia e tendono a posticipare gli acquisti di intermedi di chimica fine. L'Europa soffre dei medesimi problemi di conseguenza anche le esportazioni risultano in calo in tutta l'Area euro. La domanda resta invece vitale nei Paesi al di fuori dei confini europei, in particolare in quelle aree dove le aziende clienti hanno deciso di delocalizzare le loro produzioni. Le aziende di chimica fine i cui prodotti servono le filiere dell'alta gamma riescono a tenere margini di redditività elevati mentre per le altre è sempre più difficile



contrastare l'aggressione delle produzioni importate dal Far East che puntano su prezzi molto contenuti a scapito della qualità.

Per il 2009 è molto complesso elaborare previsioni. Il rischio maggiore risiede nella possibilità che molte aziende clienti abbiano aumentato le scorte in magazzino nei mesi passati, in cui il continuo aumento dei prezzi delle materie prime lasciava presagire costi sempre più elevati.

Ciò ritarderebbe ulteriormente la ripresa per le aziende operanti nel comparto della chimica fine.

## Il settore degli additivi e ausiliari per materie plastiche, elastomeri, coating

Nella prima parte del 2008 ha sperimentato un tenore della domanda tutto sommato soddisfacente, ma ha risentito della vigorosa pressione determinata dall'aumento dei costi delle materie prime.

Nella parte finale dell'anno la situazione è peggiorata drasticamente a causa della crisi praticamente globale di importanti utilizzatori a valle della filiera, come l'edilizia e l'automotive, che in alcuni Paesi hanno subito flessioni fino al 30%. Complessivamente il 2008 si chiude con una sostanziale stabilità dei livelli produttivi e con una grave penalizzazione degli ordinativi nell'ultimo bimestre. Le premesse per il 2009 sono però preoccupanti. Non si può sperare in una rapida inversione di tendenza nell'edilizia e nell'auto. L'imballaggio mostra una maggiore tenuta ma comunque risente della debolezza dei consumi. Ci si attende un allentamento delle tensioni sui costi grazie al crollo del prezzo del petrolio e all'adeguamento dei prezzi dell'energia, anche se per il momento ciò non è ancora avvenuto. D'altro canto questa tendenza al ribasso, apparentemente positiva, è la conseguenza dell'andamento negativo di quasi tutti i settori industriali. I costi delle materie prime per il primo quarto del 2009 si prevedono stazionari o in lieve flessione.



## Le materie prime per l'industria cosmetica

Il 2008 per le aziende operanti in questo settore ha segnato un rallentamento rispetto ai ritmi di crescita registrati negli anni precedenti. I clienti che operano sul mercato domestico tendono a posticipare gli acquisti in attesa che terminino le turbolenze sui prezzi delle materie prime. La domanda proveniente dagli altri Paesi europei resta invece vitale e sembra resistere meglio alla crisi economica attualmente in corso. Tuttavia solo le aziende che hanno fatto grossi investimenti in ricerca e innovazione e sono in grado di offrire prodotti ad elevato valore aggiunto riescono a servire tali mercati. Le esportazioni extra europee ricoprono ancora un peso relativamente ridotto. I Paesi del Far East, infatti, non hanno ancora sviluppato una domanda per prodotti ad alto valore aggiunto. Nei prossimi anni tuttavia si attende una rapida crescita della domanda proveniente da queste aree. Il 2009 rischia di essere un altro anno di rallentamento della domanda, durante il quale sarà fondamentale l'impegno delle aziende finalizzato a continuare gli investimenti in innovazione per essere pronte a sfruttare la ripresa dei consumi che segnerà la fine dell'attuale fase di recessione.



**AISPEC**  
FEDERCHIMICA

Associazione Nazionale imprese chimica fine e settori specialistici

**AISPEC**, l'Associazione Nazionale imprese chimica fine e settori specialistici, una delle 16 Associazioni di Settore di Federchimica, costituita il 30 maggio 2005, rappresenta le imprese di chimica fine, prodotti "specialistici" e servizi per l'industria. Queste aziende sono attive in diverse aree merceologiche, relative sia alle materie prime sia ai prodotti finiti.

L'area della chimica fine comprende imprese produttrici di principi attivi, formulati, additivi, materie prime e ausiliari destinati a molteplici settori dell'industria manifatturiera.

Nell'area dei settori "specialistici" sono presenti aziende produttrici di oli lubrificanti, guaine bituminose impermeabilizzanti, utensili abrasivi destinati alla lavorazione di altri materiali, prodotti dell'agroindustria, additivi, enzimi e ingredienti funzionali per l'industria alimentare, aromi e fragranze, apparecchiature, materiali e sistemi per il trattamento dell'immagine utilizzati nella stampa, nella fotografia e nella diagnostica medica.

Completano il profilo le imprese che offrono servizi all'industria chimica nell'area della finanza, dell'ecologia, dell'ambiente, dell'ingegneria e della ricerca.

Le imprese aderenti ad AISPEC sono fortemente impegnate nell'innovazione e nella ricerca applicata e si distinguono per l'elevato livello tecnologico e la grande varietà dei mercati.



## Gli additivi e ausiliari per la detergenza, la polimerizzazione e tensioattivi

Questo settore nel 2008 ha vissuto una fase di rallentamento della domanda. Gli ordinativi sono calati, in particolare per ciò che riguarda gli ausiliari per la detergenza, non solo a causa della flessione del mercato interno ma anche a causa di un rallentamento generalizzato che ha coinvolto tutti i settori clienti dell'Area euro. Per quanto concerne le esportazioni extra europee, esse restano ancora penalizzate dal cambio euro/\$ e dalla debole domanda proveniente dagli USA. I costi delle materie prime appartenenti alla filiera petrolchimica sono in frenata a causa del calo del prezzo del greggio. Anche l'olio di palma è in discesa per l'eccesso di offerta che si è manifestato nei Paesi del Far East. Restano molto elevati invece i prezzi del sego bovino, uno dei principali input utilizzati per la produzione di materie prime per la detergenza. La frenata degli ordini lascia presagire una chiusura d'anno con produzione in notevole calo e un inizio di 2009 caratterizzato da bassi regimi di vendita. In questo difficile quadro congiunturale le imprese del comparto si trovano ad affrontare l'ingente sforzo economico e organizzativo richiesto dal REACH che inevitabilmente si tradurrà in un aumento dei prezzi dei prodotti finiti.



Photo by National Starch Food Innovation

## Additivi alimentari, materie prime per integratori, aromi e fragranze

Nella seconda parte del 2008 le aziende di questo settore hanno sofferto un rallentamento degli ordinativi.

La crisi economica e la stretta creditizia rendono le famiglie meno propense a sostenere spese non strettamente indispensabili, quali gli acquisti di prodotti di cosmetica e di profumeria che contengono fragranze. Per quanto riguarda i prodotti che fanno capo alla sfera dell'alimentare, i consumatori hanno modificato sensibilmente le loro abitudini di spesa, privilegiando gli acquisti di prodotti alimentari di sicura qualità e reputazione ma limitando nelle quantità quelli di prodotti standard o tradizionali, al fine anche di eliminare gli sprechi.

Le imprese di ingredientistica alimentare specialistica che hanno investito e contribuito a creare prodotti alimentari inno-

vativi e di qualità sono riuscite a limitare le perdite dovute alla contrazione generalizzata dei volumi di generi alimentari venduti nell'ultimo semestre.

I prodotti alimentari di elevata qualità nutrizionale e contenenti ingredienti salutistici continuano ad avere un buon trend di vendita. Il calo sul mercato domestico è in parte bilanciato dalle esportazioni, che crescono solo nei Paesi dell'Europa orientale oppure verso gli altri Continenti e comunque solo nel caso di prodotti che siano connotati da una chiara veste di "made in Italy". Le previsioni pessimistiche per il 2009 non possono non interessare anche il settore alimentare che, sebbene fisiologicamente più stabile rispetto ad altri comparti, non resterà immune ad un calo generalizzato dei consumi.



# Un unico grande comparto molto specializzato

*Lo sforzo in atto nella chimica fine e specialistica italiana è nella direzione di rendere più strutturale l'attività innovativa con un crescente impegno nella ricerca. Di crisi si discute, ovviamente, ma non in tutti i settori. La parola, questa volta, a Martino Verga, presidente AISPEC.*



## MARTINO VERGA

*è presidente di Aispec, Associazione Nazionale imprese chimica fine e settori specialistici di Federchimica, la Federazione Nazionale dell'Industria Chimica. Nato in provincia di Como nel 1947, laureato in chimica e scienze biologiche, Verga è titolare del Caglificio Clerici di Cadorago, che produce enzimi e microorganismi destinati all'industria lattiero casearia. Prima di lui, la carica di presidente è stata ricoperta da Giordano Righini, componente del Comitato Esecutivo di Ciba Specialty Chemicals.*

**In un ambito molto diversificato qual è quello della chimica fine e specialistica, quali sono i settori più rappresentativi?**

Per definizione questa parte della chimica si caratterizza per l'estrema differenziazione, proprio perché il suo ruolo è quello di portare le innovazioni che si generano lungo la catena chimica direttamente a disposizione degli utilizzatori finali, in poche parole i tantissimi settori del Made in Italy. Per questo motivo non mi piace la logica del settore più importante o più rappresentativo: di fatto è un unico grande comparto caratterizzato dalla fortissima specializzazione della clientela cui si rivolge. Molte

imprese, poi, proprio per questo motivo operano in diversi settori perché offrono la propria capacità tecnologica a diverse categorie di utilizzatori. Alcuni esempi sono quelli dei comparti della chimica per l'alimentare, le formulazioni chimiche per cuoio, tessile, carta, acqua, gli additivi chimici per le plastiche e le vernici.

Senza parlare degli altri settori che la mia associazione – AISPEC – non rappresenta, come le vernici e gli adesivi che fanno parte a pieno titolo del comparto della chimica fine e specialistica.

In definitiva, quello che conta è che l'Italia ha una vera e forte specializzazione in questo comparto, specializzazione che nasce dalle minori barriere all'entrata che permettono ad aziende non grandi di essere leader nel proprio segmento, dalla grande capacità degli imprenditori e dei manager italiani di saper unire innovazione, creatività e flessibilità, i fattori di successo più importanti per poter essere partner del Made in Italy.

**Oggi ci troviamo costretti a fronteggiare una crisi di portata mondiale. Quale è lo stato di salute della chimica fine in Italia?**

In questi momenti così difficili è necessario saper dividere il breve dal medio – lungo periodo, gli aspetti congiunturali da quelli strutturali. I primi sono molto difficili per gran parte dei nostri comparti, in particolare per quelli legati ai settori industriali dei

beni durevoli, dei beni di investimento e delle costruzioni. Per questi l'inverno 2008 - 2009 verrà ricordato come uno dei peggiori. Meno peggio vanno quei comparti che hanno come sbocco i beni di consumo non durevole, come l'alimentare, la detergenza e la cosmetica, qui le difficoltà sono tante ma non c'è stato un crollo e le prospettive sono migliori.

Tutte le nostre imprese sono, invece, accomunate dai problemi dei ritardati pagamenti e dai crescenti rischi sulla insolvibilità dei clienti. La stretta creditizia sposta sulle imprese chimiche il maggior onere perché il nostro cliente a sua volta soffrendo i ritardati pagamenti non può far altro che cercare di rivalersi sulle imprese fornitrici. Ma l'impresa chimica, purtroppo, non può far da banca e ha fornitori (pensiamo all'energia) che non accettano ritardi.

Per quanto riguarda gli aspetti strutturali, il discorso è diverso anche se non omogeneo. Sono in forte difficoltà quei comparti che vendono ai settori più tradizionali del Made in Italy, ad esempio il cuoio, perché è in atto da tempo un ridimensionamento del mercato nazionale. In generale, però, il posiziona-

mento competitivo è buono a livello internazionale perché le nostre imprese hanno saputo per tempo offrire sui mercati emergenti quelle proposte innovative che avevano sviluppato con i clienti italiani.

Ovviamente tutte le imprese soffrono delle inefficienze del Sistema Paese e soprattutto il costo dell'energia, l'inutile pesantezza di molte norme e i ritardi burocratici, tutti aspetti molto critici in un settore fortemente innovativo come il nostro.

**Un discorso che va sicuramente affrontato è quello dell'innovazione e la ricerca. In che modo e in che percentuale questo avviene in tale settore?**

Lo sforzo in atto nella chimica fine e specialistica italiana è nella direzione di rendere più strutturale l'attività innovativa con un crescente impegno nella ricerca. Questa è la vera sfida di oggi, sfida impegnativa perché quasi sempre deve essere affrontata da imprese non grandi. È una sfida che ha risvolti economici, perché è necessario impegnare risorse ingenti a fronte di progetti a ritorno dilazionato e incerto, ma è anche una sfida di tipo gestionale, si deve, cioè, dare centralità all'innovazione con un modello organizzativo ben preciso. Per questo motivo AISPEC ha svolto un'approfondita analisi (dal titolo Innovare nelle imprese di chimica fine e specialistica) e ora propone alle imprese un corso di sei giornate (Metodi e strumenti manageriali a supporto dell'innovazione).

Come associazione abbiamo deciso di dare particolare rilevanza all'avvicinamento della ricerca pubblica alle esigenze della ricerca privata. È un tema centrale perché la chimica è un'industria basata sulla scienza e vince il Paese che sa far lavorare meglio insieme le due realtà. Per questo la chimica tedesca è storicamente forte. A questo scopo dedicheremo l'assemblea di maggio come momento di incontro e di confronto.



### Considerazioni e obiettivi per il 2009

Abbiamo lavorato molto e ora si stanno concretizzando i primi risultati che spero servano di esempio e di stimolo: se si è veramente convinti si possono superare dalle due parti tutti gli ostacoli e crescere insieme. Abbiamo colto il lancio da parte del Ministero dello Sviluppo Economico dell'Iniziativa Industria 2015 che prevede la priorità "Nuove Tecnologie per il Made in Italy" e innanzitutto abbiamo collaborato con il Ministero perché apparisse centrale il ruolo della chimica come fornitrice di nuove tecnologie. Abbiamo anche creato in diversi comparti momenti di incontro tra le imprese e tra queste e la ricerca pubblica, in particolare il CNR. I progetti dovevano essere, infatti, grandi, coinvolgere molte imprese e dare un ruolo alla ricerca pubblica. In alcuni casi siamo riusciti a creare progetti veramente importanti che spero saranno accolti e sostenuti dal Ministero. Lo spero per tante ragioni. Sono progetti che cercano di rafforzare il contenuto tecnologico di tutta la filiera, dai prodotti chimici agli utilizzatori finali, nella consapevolezza che solo così si può mantenere in Italia una solida base produttiva. Sono esempi importanti di partnership tra pubblico e privato, in una logica di suddivisione di compiti e di condivisione di obiettivi. Sono, poi, progetti che dimostrano la volontà della chimica italiana di raccogliere la sfida tecnologica con temi di ricerca fortemente innovativi e impegnativi, con imprese che superando la tradizionale riservatezza hanno deciso di lavorare insieme



## Indagine AISPEC - Federchimica

# Parola chiave: Innovazione

*Il ruolo principe della chimica fine e specialistica consiste nel trasferire innovazione tramite nuovi prodotti e la rivitalizzazione di prodotti "maturi". Da tale consapevolezza è nata un'indagine focalizzata sull'innovazione nelle imprese di chimica fine e specialistica, promossa congiuntamente da Aispec e da Federchimica. L'indagine ha riguardato solo le imprese italiane, in particolare 49 società che ben rappresentano la struttura del settore per dimensione e singoli comparti*



La chimica fine e specialistica si caratterizza come una realtà molto composita.

Il fatto stesso che essa si definisce come quel settore della chimica che opera tra la chimica di base e gli utilizzatori finali comporta un'estrema differenziazione degli impieghi. Si va dalla chimica fine che vende ancora all'interno della chimica stessa, all'ausiliaristica che offre i suoi prodotti ai settori tipici del Made in Italy, quali il tessile, il cuoio, l'arredamento, ma anche all'alimentare, alla cosmetica e alla farmaceutica.

E' diversificata anche la matrice chimica in quanto alcune imprese fanno reazioni chimiche, altre formulati, altre ancora entrambe le cose. In termini economici questo significa che, nel caso della sintesi, il prodotto è definito univocamente da una formula, nel caso della formulazione, il cliente richiede invece una determinata performance indipendentemente dalla formula chimica sottostante al prodotto. In definitiva, i fattori determinanti per il successo delle imprese nei diversi settori della

chimica fine e specialistica sono in parte specifici. Esistono però importanti trasversalità tra imprese e settori che derivano soprattutto dall'intensità e dalle caratteristiche del rapporto con il cliente. In effetti, tradizionalmente la loro capacità di stare sul mercato si basa su flessibilità, specializzazione, forti competenze tecniche e una profonda conoscenza del mercato. Insieme queste caratteristiche consentono di soddisfare al meglio e in tempi rapidi le richieste del cliente, creando spesso vere e proprie partnership volte alla messa a punto di prodotti personalizzati.

Proprio una relazione così profonda consente alle imprese chimiche di innovare e rinnovare continuamente i prodotti dei propri clienti, anche se questi operano in mercati cosiddetti maturi. In particolare, la chimica specialistica italiana ha rappresentato una delle chiavi di volta del successo del Made In Italy, contribuendo spesso in modo decisivo ad alimentarne la competitività e il riconoscimento internazionale per gli elevati standard di qualità e innovazione.

### Le grandi sfide

Meno diffusa è sicuramente la consapevolezza di quale siano le numerose sfide che la chimica fine e delle specialità è chiamata ad affrontare. La concorrenza dei Paesi emergenti colpisce questo settore due volte: per via diretta, in particolare con riferimento ai prodotti più indifferenziati e semplici da un punto di vista tecno-

logico, ma soprattutto per via indiretta, perché alcuni clienti nazionali cessano la propria attività e perché una situazione generalizzata di difficoltà porta a concentrare l'attenzione sul prezzo tralasciando, a volte, una logica di più lungo termine.

L'incremento fortissimo e inaspettato della domanda di petrolio e di prodotti petrolchimici, sempre ad opera dei Paesi emergenti, ha fatto crescere il prezzo degli input della chimica fine e specialistica in modo esponenziale, stringendo le imprese del settore in una morsa di costi crescenti e difficoltà di trasferimento a valle degli stessi. In questo contesto, il sentiero di sviluppo per le imprese del settore è piuttosto ristretto e la compressione della redditività rischia di trasformarsi in un circolo vizioso di taglio dei costi e degli investimenti che espone ulteriormente all'aggressione dei Paesi emergenti e rende difficile migliorare la qualità e il contenuto tecnologico dei prodotti. In estrema sintesi, il ruolo principe della chimica fine e specialistica nei confronti dei settori clienti è sempre consistito nel trasferire innovazione favorendo la generazione di nuovi prodotti da parte degli utilizzatori e rivitalizzando prodotti "maturi". Il rilancio del settore passa quindi necessariamente da un rilancio dello sforzo di innovazione.

## Le attività di ricerca

Nell'industria chimica, più che in altri settori, l'innovazione tecnologica si basa sempre più sull'attività di ricerca e vede coinvolto il laboratorio di R&S. La tensione verso l'innovazione è piuttosto diffusa (in media il 10% degli addetti lavora nel laboratorio di R&S e per il 60% dei casi è laureato), anche se la dimensione spesso piccola delle imprese crea problemi di massa critica soprattutto con riferimento alla ricerca più di frontiera.

D'altro canto, le imprese che hanno scelto di perseguire una politica di forte vocazione innovativa dedicano decisamente più risorse alla R&S. Con riferimento alla quota di fatturato assegnata alla R&S emerge una forte variabilità tra imprese a conferma del fatto che convivono approcci alla ricerca e innovazione molto diversi in funzione delle strategie aziendali.

La stragrande maggioranza delle imprese (92%) conferma la presenza di progetti strutturati, ma solo nel 45% dei casi viene loro riconosciuta un'importanza centrale. Si evidenzia quindi una parziale sottovalutazione del ruolo dell'innovazione quale strumento per alimentare vantaggi competitivi difendibili nel tempo. Spesso però ciò è legato anche all'impossibilità, data la ridotta dimensione aziendale, di portare avanti un buon numero di progetti strutturati. Il

contesto competitivo in cui operano le aziende chimiche sta cambiando molto velocemente: aumenta la concorrenza nell'offerta dei prodotti chimici, ma soprattutto molte imprese clienti sono in difficoltà dinnanzi ai nuovi produttori dei Paesi emergenti.

Ben il 73% delle imprese di chimica fine e specialistica dichiara di essere intervenuto al fine di rafforzare ricerca e innovazione e l'impegno è altrettanto diffuso tra le piccole e le medio-grandi aziende.



Varie e diversificate, le aziende aderenti a AISPEC rivestono un ruolo di primo piano sul panorama nazionale e spesso anche mondiale. Per citarne solo alcune, aderiscono all'Associazione Akzo Nobel Chemicals, AluChem Ashland Italia, BASF, Biochim, Bracco, BP, Caglificio Clerici C.O.I.M., Cargill, Cesalpinia Food CIBA, Clariant, Cognis, Colgate Palmolive, Dalton, Danisco Dow, Eigenmann & Veronelli, Endura, ENI Divisione Refining & Marketing, Esperis, Fiorio Colori, G. Mariani & C, Houghton Italia. Huntsman Surface Sciences, Indena, Italmatch Chemicals, Lamberti, Lanxess, Merck Serono, Novachem Aromatici, Perfetti Van Melle, Polynt, Reagens, Rhodia Italia, Rohm And Haas, Saint-Gobain Abrasivi E Saint-Gobain Isover, Serichim, Shell Italia, Solvay Solexis, Syndial - Attività Diversificate, Tecnimont, Univar, Viscolube, 3M Italia, 3v Sigma.



## Le diverse tipologie di innovazione

Esiste una fortissima varietà nel modo di innovare delle imprese. Considerate le specificità dell'industria chimica, la consueta distinzione tra innovazione di prodotto e di processo risulta inadeguata perché una certa innovazione di processo è così complessa da un punto di vista tecnologico da cambiare il mercato e la definizione stessa del prodotto. Per il 41% delle imprese l'innovazione consiste solo nel miglioramento dell'esistente attraverso l'aggiornamento del portafoglio prodotti, l'ottimizzazione dei processi, il miglioramento del servizio reso al cliente e la messa a punto di formulati ottenuti monitorando le materie prime disponibili sul mercato e calibrando determinate caratteristiche al fine di migliorare la performance. Nel restante 59% dei casi, invece, l'innovazione comporta anche l'introduzione di nuovi prodotti, processi o funzionalità. Tra le imprese di maggiori dimensioni prevalgono di gran lunga quelle che fanno questo secondo tipo di innovazione (84%). Riesce a fare altrettanto anche un numero rilevante, anche se non maggioritario, di piccole imprese (43%).

Con riferimento agli obiettivi dell'innovazione, emerge che le imprese a forte vocazione innovativa perseguono innanzitutto finalità di crescita e, solo in seconda istanza, di consolidamento. In altre parole, considerano che "la miglior difesa è l'attacco". Potendo offrire prodotti nuovi, in generale attribuiscono minore importanza a riduzione dei costi e flessibilità produttiva perché non reputano il prezzo una leva competitiva fondamentale.

## Le conclusioni

I risultati dell'Indagine portano a concludere che la dimensione rappresenta effettivamente un limite all'attività di innovazione, che però può essere superato attraverso una buona capacità di dialogo con l'esterno al fine di sfruttare tutte le conoscenze e le tecnologie disponibili. Il settore di appartenenza chiaramente offre opportunità e pone vincoli specifici. In ogni caso, comunque, esistono spazi di innovazione e aziende che hanno deciso di puntare su di essa. In altre parole, nessuno dei settori considerati ha visto trasformare tutti i suoi prodotti in commodities, cioè in beni che non è possibile differenziare rispetto alla concorrenza se non attraverso i fattori di costo. Spetta ad ogni azienda valutare il contesto in cui opera, i suoi fattori di successo e, di conseguenza, la sua politica di innovazione. E' importante però chiedersi se un vincolo esiste effettivamente oppure è solo frutto di una percezione soggettiva. In conclusione può essere interessante delineare il profilo tipico delle imprese che sono risultate fortemente votate all'innovazione. Queste aziende, attraverso l'ino-

vazione, perseguono finalità innanzitutto di crescita. Di conseguenza, non si accontentano mai delle posizioni acquisite. Ciò significa che, pur attribuendo molta importanza all'assistenza al cliente, mirano anche ad anticiparne i bisogni attraverso l'introduzione di prodotti assolutamente nuovi.

Per fare questo, devono avere sempre in vita progetti di ricerca volti a preconstituire una scorta di conoscenze e risultati. Attribuiscono quindi molta importanza ai progetti a medio lungo termine, normalmente programmati su due anni o più. Chiaramente avendo deciso di fondare la loro strategia proprio sull'innovazione, dedicano ad essa molte risorse.

Spendono in R&S una quota del fatturato pari all'8%, doppia rispetto alla media del settore e sono dotate di un laboratorio di R&S distinto da quello di Controllo Qualità al fine di garantire la presenza di persone dedicate a tempo pieno alla ricerca. Nel laboratorio di R&S impiegano mediamente il 18% degli addetti, il che consente loro di disporre di una certa massa critica e di una buona presenza di laureati.

Investire risorse significative però non è sufficiente. Gli aspetti organizzativi, infatti, sono considerati cruciali per favorire in modo sistematico un'innovazione profittevole. In questo ambito un ruolo centrale è riconosciuto al responsabile della ricerca che deve accompagnare fortissime competenze tecnico-scientifiche con spiccate capacità manageriali.

