



di Carlo Ciotti
PVC Forum Italia
in collaborazione con
Paolo Arcelli,
Plastic Consult

L'IMPORTANZA DELLA FILIERA DI TRASFORMAZIONE DEL PVC IN ITALIA E LE SUE PREVISIONI DI CRESCITA

Uno studio condotto da Plastic Consult con PVC Forum Italia sulle prospettive della filiera del PVC in Italia, dimostra l'importanza di questo settore, formato in prevalenza da PMI, per l'economia nazionale. Nonostante gli effetti della crisi, le previsioni indicano per i prossimi anni una lenta ripresa, che potrebbe invece diventare significativa in presenza di innovazione, maggiore sostenibilità dei prodotti, reti d'impresa e sostegno da parte delle istituzioni.

Nel 2010, dopo due anni di crisi economico-finanziaria, il PVC Forum Italia ha predisposto un proprio documento che illustra la situazione attuale della filiera produttiva della trasformazione del PVC in Italia e le relative previsioni di crescita nei prossimi 5 anni.

Questo studio, per la parte relativa al mercato oggi e alle criticità della filiera, è stato sviluppato con il supporto della società Plastic Consult; per le previsioni a medio termine, oltre che sui dati disponibili a livello europeo, ci si è avvalsi delle indicazioni ricevute dai singoli soci dell'Associazione.

Lo scopo di questo studio, oltre a quello di fornire un aggiornamento sull'evoluzione del PVC e della sua filiera produttiva, in particolare in Italia, e dare dimostrazione dell'importanza di tale industria, è stato anche quello di:

- 1) stimolare la filiera del PVC italiana ad una maggiore pro-attività nei confronti del mercato e delle istituzioni attraverso "alleanze" verso obiettivi di crescita;
- 2) essere, come Associazione, un supporto per le PMI della filiera istituzionale nella promozione dei prodotti e nello sviluppo del mercato;
- 3) sensibilizzare tutti i "decision makers" a fare scelte di sostegno ad un settore che i dati dimostrano essere significativo per l'economia nazionale.

È vero che l'industria del PVC è un'industria "matura"; nasce infatti nel 1936 ma è stata sempre capace, ed in particolare negli ultimi anni, di innovarsi sia nei processi produttivi che nei prodotti immessi sul mercato. Il PVC è ancor oggi un prodotto di "massa" e la sua industria è sempre "rilevante" sia a livello nazionale che internazionale.

L'industria del PVC ed i prodotti in PVC sono una realtà importante eco-

nomicamente e socialmente, e come tutte le altre industrie e prodotti ha molti pregi e magari qualche difetto sicuramente perfettibile, ma che comunque rispetta le attuali regolamentazioni.

L'importanza della filiera industriale del PVC in Italia è stata confermata dallo studio promosso dal PVC Forum Italia e sviluppato da Plastic Consult che ha evidenziato per l'Italia:

- 1) l'impatto sociale della filiera in termini di fatturato e di occupazione (numero di addetti diretti ed indiretti);
- 2) l'andamento previsionale del mercato della trasformazione nel periodo 2011-2016;
- 3) i punti di forza e di debolezza dovuti alla specifica situazione italiana;
- 4) le azioni che i vari soggetti interessati (aziende, istituzioni e organi di regolamentazione) potrebbero intraprendere per supportare la filiera nell'incrementare le sue capacità produttive e quindi occupazionali.

È importante sottolineare da un punto di vista sociale che pur in un periodo di crisi, sono sempre più di 1.000 le PMI di trasformazione del PVC presenti sul territorio nazionale che danno lavoro a oltre 22.500 lavoratori come addetti diretti, che più che raddoppiano se si considerano anche gli addetti indiretti.

La produzione di PVC resina nazionale è sempre stata molto inferiore alle necessità della nostra filiera di trasformazione, in particolare negli ultimi anni, causa le note difficoltà dell'unico produttore nazionale. Questa particolare situazione ha sicuramente limitato lo sviluppo e la competitività delle imprese di trasformazione italiane in quanto:

- in un sistema "corto" in capacità perché altri Paesi dovrebbero privilegiare il mercato italiano a scapito del loro mercato domestico? Da dove

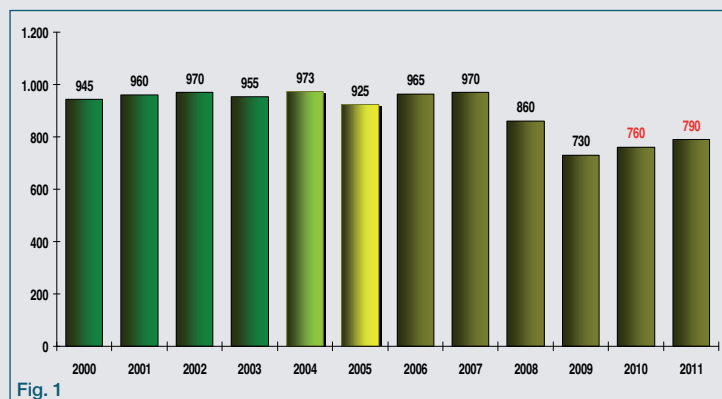


Fig. 1

Tab. 2

	2011	2012	2013	2014	2015*	2016*
W E ml ton	4,8	4,9	5,0	5,1	5,2	5,3
Italia '000 ton	795	815	830	845	865	890

* Previsioni 2015 e 2016 dati estrapolati dal PVC Forum Italia

Tab. 1 - Domanda PVC mondiale (milioni di t/anno)

Regione	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Nafta	6,8	6,7	7,3	7,2	7,1	6,5	5,3	4,7	5,3	5,8	6,0	6,1	6,2
Sud America	1,2	1,2	1,3	1,3	1,5	1,6	1,9	1,8	1,8	2,0	2,0	2,1	2,2
Europa Occ.	5,7	5,6	5,7	5,6	5,9	5,8	5,2	4,4	4,6	4,8	4,9	5,0	5,1
Europa Est	1,1	1,3	1,6	1,9	2,3	2,6	2,7	2,3	2,5	2,6	2,8	3,0	3,2
Africa/M.O.	1,1	1,2	1,2	1,4	1,5	2,2	1,9	2,0	2,1	2,2	2,4	2,5	2,7
Asia Pacifico	5,9	5,7	5,9	6,0	6,0	6,2	5,9	5,7	5,8	6,1	6,3	6,5	6,8
Cina	5,6	5,7	6,7	7,9	8,8	9,6	9,1	9,7	10,3	11,1	12,0	12,9	13,8
Totale	27,4	27,4	29,7	31,3	33,0	34,5	32,0	30,4	32,4	34,6	36,3	38,1	40,0

importare le quantità necessarie per la filiera di trasformazione?

- ammesso che vi sia disponibilità di prodotto, c'è il rischio che l'approvvigionamento di resina di PVC diventi molto più difficoltoso anche per la presenza di infrastrutture logistiche non completamente adeguate alle nuove necessità, creando ancor più disagi e problemi alle imprese di trasformazione nazionali ed in particolare del centro-sud;
- qualunque siano le modalità di approvvigionamento, esiste il rischio di un aumento del costo del PVC per i trasformatori nazionali con un forte impatto negativo sulla loro competitività.

Le previsioni della trasformazione del PVC in Europa e nel mondo

Un'analisi effettuata da PlasticsEurope-ECVM nel giugno 2010 prevedeva l'evoluzione del mercato della trasformazione del PVC (calcolata in ton di PVC polimero trasformato in manufatto finito) riportata in Tab. 1. Come si vede viene prevista una forte crescita in Paesi come la Cina o dell'area del Pacifico ed un lento recupero in Europa, in particolare in Europa occidentale.

Le previsioni sulla trasformazione del PVC in Italia

Il trend passato e le previsioni delle quantità di PVC polimero trasformato in Italia (dati e stime Plastic Consult) sono mostrate in Fig. 1. Per ipotizzare il trend della trasformazione in Italia per il periodo 2012-2016, abbiamo prima preso a riferimento le previsioni di crescita in Europa occidentale e abbiamo calcolato il corrispondente trend italiano (Tab. 2). Ci si è posti a questo punto la domanda se il "sistema Italia", sia come sistema-Paese che come sistema-imprese, abbia maggior o minore capacità "reattiva" degli altri Paesi dell'Europa occidentale. Naturalmente vanno considerate le criticità proprie del "sistema Italia", tra le quali in particolare possiamo ricordare:

- 1) forte sbilanciamento tra PVC resina prodotta in Italia e quella importata;
- 2) limitati investimenti in ricerca e sviluppo oggi come negli anni pre-crisi;
- 3) scarsi investimenti in infrastrutture e lenta ripresa dell'attività edilizia;
- 4) un elevato costo dell'energia;
- 5) una molteplicità di piccole aziende che difficilmente sono disponibili ad alleanze per rafforzare la propria presenza sul mercato.

È stato valutato che il trend di crescita della trasformazione del PVC in Italia potrebbe essere inferiore a quello che si avrebbe se si seguisse l'an-

Fig. 2

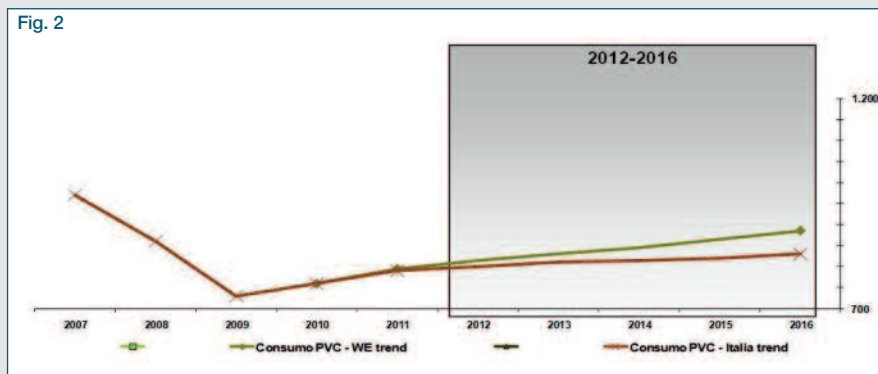
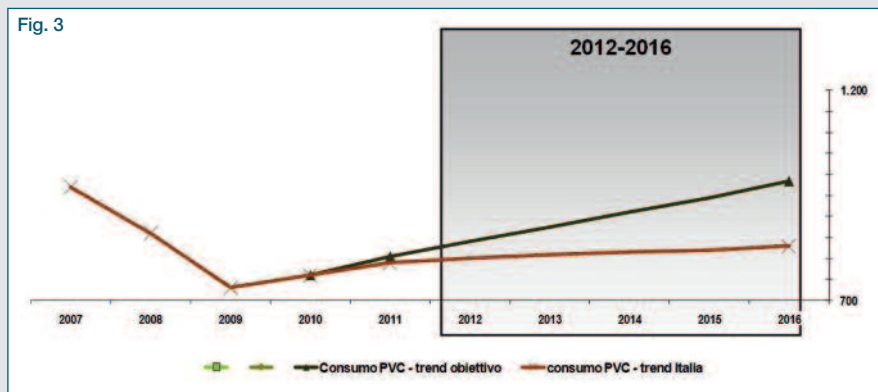


Fig. 3



damento di crescita europeo.

Tale previsione di minore crescita è riportata nel grafico di Fig. 2, dove è posta a confronto con la crescita italiana che si avrebbe se si seguisse il trend dell'Europa occidentale.

Come migliorare le prospettive della trasformazione del PVC in Italia

Come detto in premessa, valutato il trend di crescita della trasformazione del PVC si è passato a definire quali azioni potrebbero essere attuate affinché al più presto si possa ritornare, e se possibile superare, ai livelli produttivi del 2007 migliorando al contempo la competitività della filiera.

Cosa hanno fatto e possono fare le aziende

Sicuramente sono prima di tutto le stesse aziende, singolarmente o in alleanza, che, anche attraverso le associazioni di settore, devono definire e mettere in atto azioni capaci di migliorare il proprio mercato e di creare prodotti sempre nuovi.

L'applicazione del programma Vinyl 2010 e del protocollo "progettare il futuro" del PVC Forum Italia ed il Regolamento REACH ha già portato a modificare sostanzialmente non solo il PVC come resina ma anche, ed in particolare, il PVC come prodotto finito. Oggi si può parlare di un "nuovo PVC" che vuole superare i punti di debolezza che il "vecchio PVC" poteva presentare.

Il cammino verso il nuovo PVC intrapreso ormai da tempo è dimostrato dai marchi di sostenibilità e prestazionali definiti dal PVC Forum Italia, ai cui criteri molte aziende associate al PVC Forum Italia hanno volontaria-

mente aderito (per approfondimenti su questi marchi si rimanda al sito dell'associazione www.pvcforum.it).

L'adesione di molte imprese associate al PVC Forum Italia a marchi volontari di sostenibilità e prestazionali può essere definito come un primo esempio di alleanza tra imprese, ma la limitata dimensione della maggior parte delle aziende della filiera e l'"incapacità" tipica italiana ad una progettualità comune, rende difficile il fare ulteriori passi in questa direzione. Le imprese devono rendersi conto che allearsi per fare sinergia è fondamentale per continuare ad innovare, essere competitivi e avere una dimensione coerente con le richieste di un mercato globale, sfruttando, ove possibile, le opportunità derivanti dalle nuove norme ed incentivi mirati alle "reti d'impresa" tra PMI.

La filiera del PVC, quindi, deve continuare nella direzione già intrapresa e lavorare in particolare per sempre più e meglio:

- 1) utilizzare formulazioni esenti di additivi a rischio, come per esempio SVHC e metalli pesanti;
- 2) garantire la qualità dei manufatti immessi sul mercato anche attraverso controlli sulla rispondenza normativa;
- 3) sviluppare o partecipare a progetti di riciclo dei manufatti a fine vita, mettendo a punto nuove tecniche e nuovi processi di riciclo;
- 4) certificare la propria sostenibilità ambientale, anche attraverso studi di LCA;
- 5) sviluppare nuove formulazioni a più basse emissioni in caso di combustione;
- 6) innovare i prodotti in generale per occupare ulteriori spazi di mercato;
- 7) promuovere e comunicare i vantaggi del "nuovo PVC";
- 8) attuare sinergie (o alleanze) tra imprese per ridurre costi, per attuare progetti di ricerca e/o sviluppo innovativi, per promuovere il prodotto.

Cosa possono fare le istituzioni

Allo stesso tempo si è cercato di valutare in che modo le istituzioni a livello locale e nazionale possano contribuire ad una crescita della filiera e ad aiutare le aziende di trasformazione del PVC ad essere più competitive ed ad incoraggiarle in innovazioni di prodotto e di sostenibilità. Mentre è naturalmente compito della filiera di trasformazione mettere in atto tutte quelle azioni che la possano rendere più competitiva sul mercato nazionale, europeo e internazionale, incluso lo sviluppo di nuovi prodotti, è altrettanto vero che in Italia tali imprese sono di piccole dimensioni. Da qui la necessità di supporti normativi che incentivino le aziende ad allearsi su obiettivi comuni per migliorare la propria competitività.

Le istituzioni nazionali dovrebbero quindi dare il proprio contributo non solo nella riduzione dei costi di produzione ma anche nel valorizzare le specificità delle PMI italiane e supportare le proposte di innovazione e di garanzia da esse presentate; per esempio dando supporto a quei marchi volontari che assicurano una gestione in sicurezza delle produzioni e degli addetti, il rispetto dell'ambiente, creando così un sistema virtuoso

per l'innovazione "ambientale" e per la competitività delle aziende e dei prodotti nazionali.

Inoltre, visto che circa il 50% dei prodotti in PVC sono utilizzati nel settore delle costruzioni, investimenti e incentivazioni nei settori dell'edilizia e delle infrastrutture sarebbero un importante fattore di sviluppo anche per la filiera del PVC.

Di seguito sono elencati alcuni specifici contributi che le istituzioni a livello locale e nazionale potrebbero dare:

- 1) far applicare quelle leggi nate per incentivare l'edilizia privata, predisporre e realizzare piani di edilizia pubblica e avviare, compatibilmente con il bilancio dello Stato, le grandi opere e le infrastrutture previste;
- 2) mantenere ed incrementare le esistenti forme di incentivazione a favore degli interventi sul risparmio energetico (detrazione 55%, ecoprestito, tassi agevolati ecc.);
- 3) varare un programma specifico per il rifacimento delle reti idriche e fognarie;
- 4) dare un riconoscimento ai marchi di sostenibilità e prestazionali che molte aziende hanno volontariamente sottoscritto;
- 5) inserire i manufatti in PVC tra gli articoli per pelletteria, abbigliamento, etc. che possono fregiarsi del marchio del "made in Italy";
- 6) incentivare la creazione di "reti d'impresa" e/o di "alleanze tra PMI".

Se le azioni di cui sopra fossero sostanzialmente attuate si può stimare un più che positivo trend di crescita della trasformazione del PVC in Italia che potrà permettere di ritornare al livello 2007 anche prima del 2015 per raggiungere nel 2016 quasi 1 milione di tonnellate di PVC polimero trasformato.

L'evoluzione stimata, confrontata con quella prevista senza mettere in atto le azioni proposte, è riportata in Fig. 3.

Conclusioni

Per quanto sopra esposto, senza specifiche azioni, la trasformazione del PVC in Italia, dovrebbe quindi continuare a crescere nei prossimi anni ad un tasso di poco superiore all'1%.

La filiera di trasformazione italiana è importante per l'economia e l'occupazione nazionale e, specialmente in questi momenti di difficoltà dell'economia stessa, deve aiutarsi ed essere aiutata a mantenersi competitiva e a sviluppare nuovi prodotti per poter garantire un trend di crescita vicino al 3%.

Investire in innovazione per sviluppare nuovi prodotti è fondamentale per una crescita delle aziende della filiera e la filiera di trasformazione del PVC, pur tra le grandi difficoltà di questi ultimi anni e la situazione industriale italiana, ha continuato, e continuerà, ad innovare ed a sviluppare formulazioni sempre più prestazionali e sostenibili.

Molti sforzi sono stati fatti e continueranno ad essere fatti per rendere disponibile sul mercato il nuovo PVC, sforzi che continueranno nei prossimi anni.

Allo stesso tempo ulteriori sforzi devono essere fatti per promuovere questi nuovi prodotti in Italia e all'estero ma, data la limitata dimensione della maggior parte delle aziende della filiera, questa promozione, per essere efficace, dovrebbe essere inserita all'interno di una progettualità



comune. Vista la "difficoltà" tipica italiana a lavorare insieme verso un obiettivo o interesse comune, è fondamentale lo stimolo delle autorità pubbliche attraverso leggi e normative verso "alleanze o reti d'impresa", anche se solo per singoli e limitati obiettivi.

In conclusione possiamo dire che il sistema di trasformazione PVC italiano sarebbe in grado di produrre e rendere disponibile sul mercato quantità ben superiori alle attuali qualora in particolare:

- 1) comuni e corrette strategie operative venissero sviluppate da parte delle singole aziende, direttamente o anche attraverso le associazioni di filiera;
- 2) fossero immessi sul mercato italiano nuovi prodotti più sostenibili, più di qualità e maggiormente garantiti rispetto ai molti prodotti importati;
- 3) venissero maggiormente sostenuti i prodotti realizzati in Italia e gli sforzi che molti attori della filiera stanno facendo per migliorare la propria competitività come per esempio l'adesione a marchi volontari di qualità e/o sostenibilità, quali quelli promossi dall'associazione di filiera PVC Forum Italia o la creazione di uno specifico marchio "made in Italy";
- 4) bandi nazionali o regionali di sostegno alla ricerca e all'innovazione per le PMI continuassero ad essere disponibili;
- 5) venissero rafforzate tutte quelle azioni di supporto agli investimenti nell'edilizia, in particolare in quella sostenibile e a basso consumo energetico, e nelle costruzioni;
- 6) venissero pianificati interventi di rinnovamento delle reti idriche e di quelle fognarie, allo scopo di ridurre le forti perdite.

Questo scenario potrebbe realizzarsi in modo ancor più efficace considerando anche un diverso ruolo delle associazioni di filiera, più orientato a quello di *trait-d'union* tra aziende e istituzioni.

Una rappresentanza delle aziende più istituzionale da parte delle associazioni, e quindi maggiormente propositiva e di indirizzo, consentirebbe infatti di stimolare le imprese a farsi parte attiva del cambiamento in un fronte comune, e al contempo di trasmettere più efficacemente le istanze delle imprese stesse alle istituzioni.