



IL CARTOLIBRAIO

Gennaio 2016



IL CARTOLIBRAIO

ANALISI SDA BOCCONI

ASSOCIAZIONE ITALIANA SCATOLIFICI

Come hanno reagito alla crisi degli ultimi anni i produttori di imballaggi in cartone ondulato? Qual è il modello di business vincente del settore? Queste le principali domande alle quali ha voluto rispondere la ricerca "I produttori di imballaggi di cartone ondulato. Un'analisi di settore." condotta da SDA Bocconi per conto dell'Associazione Italiana Scatolifici con l'obiettivo di analizzare le dinamiche evolutive, facendo particolare riferimento alle performance economico-finanziarie. Dall'analisi dei bilanci di 330 imprese operanti nel settore - settore che vale

circa 2,4 miliardi di €- (Fonte: Database AIDA -Bureau Van Dijk Electronic Publishing), i ricercatori hanno estrapolato i dati relativi all'andamento dell'ultimo decennio (dal 2005 al 2013), facendo riferimento ai due modelli di business prevalenti: trasformatori e integrati. Le analisi svolte segnalano come i trasformatori riescano, in media, ad avere una maggiore redditività operativa, dovuta alla minore incidenza di costi operativi e investimenti, con una conseguente maggiore coerenza con l'andamento del fatturato. Per contro, le imprese integrate segnalano significativi tassi di crescita del fatturato, ma con maggiori costi e investimenti, che portano a una tendenziale riduzione della redditività operativa. In sostanza la forbice "fatturato - costi operativi" si riduce, con conseguenze negative sul ROS (ritorno sulle vendite).

A tassi di crescita elevati, quindi, non sempre conseguono risultati economici positivi e la crescita quantitativa non è spesso accompagnata da una crescita qualitativa equilibrata. La ricerca si è poi focalizzata sull'analisi qualitativa di alcune aziende risultate particolarmente interessanti sul fronte delle performance economico-finanziarie. I tratti comuni di questi "brillanti protagonisti del mercato" si possono così sintetizzare: struttura snella e a conduzione familiare, forte orientamento al servizio, attenzione al cliente e ampiezza di gamma. È, infine, emerso che la passione per l'azienda e le relazioni collaborative con i principali stakeholder (clienti, fornitori, finanziatori...), basate su un solido rapporto di fiducia, fanno la differenza e rappresentano le basi del successo.