



L'opinione

# ESPERIENZA PHARMINTECH

**L** Italia è ai vertici mondiali nella produzione e nell'export di packaging farmaceutico. E questo è il primo dato di fatto significativo.

Il secondo dato di fatto è che Maurizio Marchesini - classe 1955 - ha saputo trasformare quella che era nata come attività artigianale in un'impresa presente in 68 paesi e con ricavi consolidati 2008 ben oltre i 170 milioni di euro (parliamo ovviamente di Marchesini Group di Pianoro, BO, leader nella fornitura di linee complete e macchine per il confezionamento farmaceutico e cosmetico).

A marzo 2009, Marchesini è stato eletto presidente di Unindustria Bologna, nomina che può essere letta sia come riconoscimento al suo personale coinvolgimento di lunga data nella vita associativa, ma anche - pensiamo - come un attestato di merito "trasversale" al

**UN PREAMBOLO** Dall'ottobre scorso il marchio Pharmintech è di proprietà di una società partecipata al 41% da BolognaFiere, al 10% da Unindustria e al 49% da Ipack-Ima Spa. La stessa società gestirà la manifestazione, in programma nel quartiere fieristico bolognese dal 12 al 14 maggio 2010 (la segreteria organizzativa continuerà a rimanere in capo a Ipack-Ima). Nella veste di presidente di Unindustria Bologna\*, Maurizio Marchesini ci spiega perché l'associazione confindustriale sostiene i termini di un accordo per molti versi innovativo e, va da sé, la manifestazione.

Luciana Guidotti

comparto in cui opera, fiore all'occhiello del sistema industriale italiano. Per competenza e ruolo, chi meglio di lui può dunque sintetizzare le ragioni del sostegno offerto da Unindustria all'evento Pharmintech, che proprio di quel comparto si propone come portavoce autorevole? Ecco, in sintesi, come ha risposto alle nostre domande.

Dottor Marchesini, Unindustria è direttamente coinvolta nella gestione della nuova società nata dall'intesa siglata tra BolognaFiere e Ipack-Ima e che si occuperà dello sviluppo della fiera Pharmintech. Può chiarirci meglio il ruolo dell'associazione in questo contesto?

Abbiamo voluto, come associazione che riunisce l'industria bolognese, dare un

(\*Unindustria Bologna è il risultato della fusione di Api Bologna e Confindustria Bologna) (\*Unindustria Bologna is the result of the merger between Api Bologna and Confindustria Bologna)

The opinion

## Pharmintech Experience

**A PREAMBLE** Since October last Pharmintech has been the property of a company shared 41% BolognaFiere, 10% by Unindustria and 49% by Ipack-Ima Spa. The selfsame company is to administer the show, scheduled from 12th to 14th May 2010 in the Bologna fair quarters (the organizational secretariat will continue to be run by Ipack-Ima). In the role of president of Unindustria Bologna\*, Maurizio Marchesini here explains to us why the Confindustria member association supports the terms of an agreement that is in many points innovatory, and with the agreement - it goes without saying - also the show. Luciana Guidotti

Italy is a world leader in the production and export of pharmaceutical packaging. This is the first significant point.

The second point is that Maurizio Marchesini - born 1955 - has been able to turn what was born as a small firm into a company present in 68 countries with consolidated earnings

of well over 170 million euro (we are obviously speaking of the Marchesini group of Pianoro, BO, leader in the supply of complete lines and machines for packaging pharmaceutical products and cosmetics).

March 2009, Marchesini was elected president of Unindustria Bologna, a

nomination that can be read as an acknowledgement of his longstanding personal involvement in the life of the association, but also - as a testimony of merit that runs right across the section in which he operates, feather in the cap of the Italian industrial system.

In terms of competence and role, who better than he to sum up the reasons for the support offered by Unindustria to the Pharmintech event, being the man who is offering himself as authoritative spokesman of the same? Here, in brief, is how he replied to our questions.

**Dottor Marchesini, Unindustria is directly involved in the running of the new company born out of the agreement signed between BolognaFiere and Ipack-Ima and that covers the development of**

**the fair Pharmintech. Can you explain better the role of the association in this matter?**

It was our intention, as an association that represents Bolognese industry, to give the enterprises on our territory a strong signal by supporting Pharmintech directly, seen that it caters for a sector that the regions' manufacturing and fair vocation has always held in its sights.

The objective is that of having the show grow but aboveall to give it a more decided connotation, in order that it become a great fair-congress for the pharmaceutical world. Hence, this is why we considered the idea of a new company partnered not only by Bologna Fiera and by Ipack-Ima, but also, and in a considerable measure, by Unindustria (that will hence significantly take part in the management itself of the same), the

## Facts & Figures

segnale forte alle imprese del territorio sostenendo Pharmintech in maniera diretta, visto che si rivolge a un settore al quale guardano da sempre le vocazioni sia produttive che fieristiche dell'economia di queste parti.

L'obiettivo è quello di far crescere la manifestazione ma soprattutto di darle una connotazione più decisa, affinché diventi una grande fiera-congresso per il mondo farmaceutico. Ecco perché ci è sembrato che l'idea di una nuova società partecipata non solo da Bologna Fiere e da Ipack-Ima ma anche, e in misura sensibile, da Unindustria (che quindi parteciperà alla gestione stessa in modo significativo), fosse la formula più appropriata per offrire un contributo concreto dell'imprenditoria locale e nazionale al raggiungimento di questi traguardi.

**Quali presupposti hanno portato Unindustria a sostenere l'acquisizione del marchio Pharmintech?**

In parte credo di avere già risposto. Bologna è universalmente conosciuta come un importante polo dell'industria produttrice di macchine automatiche per il confezionamento e l'imballaggio. Non a caso viene da tempo definita come la "packaging valley": un territorio nel quale, in un raggio di poche decine di chilometri, hanno sede molte imprese del settore (non solo gruppi importanti, ma anche aziende medie o piccole) e del loro indotto. Sarà interessante accoglie-

re qui sul nostro territorio tanti colleghi italiani, e ci auguriamo anche stranieri, così da fornire ai nostri clienti comuni un'expo quanto più completa e attraente da visitare.

Come Unindustria Bologna abbiamo dunque seguito con grandissimo interesse le fasi che hanno portato alla nascita della nuova società e abbiamo deciso anche una nostra partecipazione diretta. Siamo convinti che sia le industrie del territorio sia quelle italiane - e anche straniere - risponderanno in modo positivo a questo evento di respiro non solo nazionale ma anche internazionale.

**Nell'acquisire una mostra specialistica verticale come Pharmintech, Bolognafiere ha ravvisato la "possibilità di rafforzare il proprio posizionamento come organizzatore fieristico nel settore del benessere, della salute e della sanità", di cui - ricordiamo ai lettori - il quartiere fieristico bolognese è una piattaforma mondiale come sede di manifestazioni del calibro di Cosmoprof, Cosmopack, Cosmofarma, Exposanità e Sana. Un segnale forte e incoraggiante anche per le industrie del distretto emiliano, soprattutto in tempi difficili...**

Soprattutto, mi sembra un eccellente esempio di ottimizzazione delle risorse e dei plus, da parte di un territorio e del suo sistema economico. C'è una fondamentale complementarità fra le manifestazioni citate, nonché fra i loro settori di riferimento. E poiché da tempo ormai la



Maurizio Marchesini

competizione globale non è più fra singole aziende ma fra aree geografiche, ognuna delle quali mette in campo proprie capacità attrattive, infrastrutturali, di servizi (e i sistemi fieristici ne sono un elemento strategico), sono convinto che Pharmintech rappresenti un valore aggiunto ulteriore per il sistema-Bologna e per come esso si propone sui mercati di tutto il pianeta. Soprattutto credo che queste siano premesse fondamentali affinché Pharmintech possa diventare una

*most appropriate formula to offer a concrete contribution from local and national entrepreneurship towards attaining these goals.*

**What preconditions led Unindustria to support the buy-up of the Pharmintech brand?**

*I believe I have already partially answered your question. Bologna is universally known as an important industrial pole for the production of automatic packaging and wrapping machines. Not by chance it has in time come to be known as the Italian "packaging valley": a region in which, in the range of a few tens of kilometres, many important sector companies are headquartered (not only important groups, but also small-to-medium-sized concerns) along with a network of supplier concerns. It will be interesting to*

*welcome a gathering of Italian and we trust also foreign colleagues to our area, in order to offer the customers we have in common an expo that is complete and attractive to the visitor.*

*As Unindustria Bologna we have hence followed the phases that have led us to the birth of the new company with great interest, also deciding to participate directly. We are convinced that both local as well as our national - as well as foreign - companies will respond positively to this event that has not only a national but also an international standing.*

**In purchasing a specialised vertical show such as Pharmintech, Bolognafiere saw the "possibility of reinforcing its own position as fair organization in the wellness, personal and medical health**

**sector", in which - we remind readers - the Bologna trade fair is a world platform hosting shows of the calibre of Cosmoprof, Cosmopack, Cosmofarma, Exposanità and Sana. It is also a strong and encouraging sign for the industries in the Emilia district, above all in difficult times...**

*Above all it seems to me an excellent example of optimisation of resources and plus points, by a territory and its economic system. The shows listed above and the main sectors they cater for are fundamentally complementary. And since for some time now global competition is no longer played out between single concerns, but between geographic areas, each of these fields their particular capacities to attract and appeal in terms of infrastructure and services (where fair systems constitute a strategic element), I am convinced that Pharmintech represents a further*

*added value for the Bologna-system and how the same offers itself on all the markets the world over. Above all I believe that these are fundamental preconditions that would allow Pharmintech to become a key fair for the entire supplier industry of the pharmaceutical world, in Italy but also abroad.*

**The fact that Sergio Dompé has again been nominated president of Pharmintech, to represent the packaging users in the broadest sense bears witness to the will to create a fair product tailored to the visitors' needs. How practically speaking do you rate this strategy?**

*The presence of Dompé as Pharmintech president gives great prestige to the fair itself and unequivocally underlines the vocation of this show that aims evermore at*

fiera di riferimento per tutto l'indotto del mondo farmaceutico, in Italia ma anche all'estero.

**Il fatto che Sergio Dompè sia stato nuovamente nominato presidente di Pharmintech, a rappresentare in senso lato gli utilizzatori di imballaggio, testimonia la volontà di realizzare un prodotto fieristico tagliato sulle esigenze dei visitatori. Come valuta in pratica questa strategia?**

La presenza di Dompè come presidente di Pharmintech è un grande prestigio per la fiera stessa e sottolinea in modo inequivocabile la vocazione di questa esposizione che vuole diventare sempre più una grande fiera congresso verticale per il mondo farmaceutico, capace di essere davvero a fianco dei visitatori e delle loro esigenze. Parliamo di una manifestazione altamente specializzata e qualificata che possa diventare un punto di riferimento per le imprese farmaceutiche, i contoterzisti e tutti i visitatori, per l'Italia ma anche per i tanti Paesi stranieri che guardano all'Italia come riferimento per il settore farmaceutico.

**Rispetto al passato, nel 2010 Pharmintech intende valorizzare alcuni momenti significativi per il settore farmaceutico, intercettando l'innovazione e la forza competitiva espresse da piccole e medie realtà, in particolare fornitori di prodotti intermedi, contoterzisti, aziende che of-**

**frono servizi di ricerca clinica. Quali, secondo lei, le potenzialità e le prospettive di una formula sempre più focalizzata?**

Ho già definito in altre occasioni questa manifestazione come "un sogno da realizzare". Nell'idea di Pharmintech come grande fiera-congresso del farmaceutico ci stanno dentro molte cose: quindi certamente le macchine di processo e le macchine di packaging, così come tutto il mondo della subfornitura cui Lei fa riferimento nella sua domanda. Penso, altrettanto, alle società che si occupano di ingegneria farmaceutica, al Ministero della Sanità, alle industrie farmaceutiche. Quello che ci proponiamo è un traguardo indubbiamente ambizioso: ma vogliamo che il nuovo corso di Pharmintech costituisca l'occasione in cui ogni tre anni si possa fare il punto sulla farmaceutica italiana in tutti i suoi aspetti.

Le caratteristiche logistiche, congressuali e tutto sommato anche turistiche di Bologna, nonché la forte presenza di un terziario specializzato e l'offerta di servizi, possono, peraltro, favorire anche una diffusione e una distribuzione delle manifestazioni convegnistiche non solo all'interno del quartiere fieristico, ma anche nella città, facendone così un "evento" a tutti gli effetti.

Vorrei aggiungere, infine, che tra i nostri obiettivi vi è anche quello di una manifestazione che, per la sua specializzazione e il profilo alto, polarizzi l'attenzione

anche di paesi stranieri. Del resto, sono in molti a guardare all'Italia come ad un punto di riferimento per l'ambito farmaceutico nel senso più ampio.

**Secondo la sua esperienza di imprenditore, oltre che di uomo d'associazione, come sono cambiati e che cos'hanno da offrire, oggi, i produttori italiani di soluzioni per il packaging?**

Stiamo parlando di un settore che, oggettivamente, è ancora abbastanza giovane: di conseguenza, credo innanzitutto che vi siano ancora fondati motivi per immaginare con realismo una crescita ulteriore. Il che non esclude, naturalmente, che anche le macchine automatiche debbano conoscere una propria evoluzione: ma penso che ciò riguardi soprattutto le loro tipologie.

Quanto invece a presenza sui mercati, nessuno può negare che il settore del packaging è oramai estremamente diffuso in tutto il mondo. Ritengo quindi che, sul piano della penetrazione, il nostro obiettivo non debba necessariamente inseguire nuovi mercati forse non facilmente individuabili (anche se devo dire che la pur timida partenza dell'Africa registrata negli ultimi tempi costituisce una piacevole sorpresa, oltre che una assoluta novità). Piuttosto, a mio avviso dobbiamo concentrarci su un incremento della nostra presenza su quei mercati che per primi hanno manifestato segnali di ripresa. Penso in particolare a Cina,

*becoming a huge vertical fair congress for the pharmaceutical world, capable of truly standing alongside the visitors and their needs. We are speaking of a highly specialised and qualified show that is in the running to become a benchmark for pharmaceutical concerns, companies working on contract and all the visitors, this for Italy but also for the many foreign countries that see Italy as a pharmaceutical sector landmark.*

**Compared to the past, in 2010 Pharmintech wishes to intensify some significant moments for the pharmaceutical sector, intercepting innovation and the competitive strength expressed by the small-to-medium-sized concerns, in particular suppliers of intermediate products, companies**

**working on contract, the companies that offer clinical research services?**

*I have already on other occasions defined this show as a "dream that should come true". Many things are contained in the idea of Pharmintech as a grand pharmaceutical fair-congress: certainly processing and packaging machines, the same as the entire subsupplier world that you refer to in your question. I also think of pharmaceutical engineering companies, the Ministry of Health, pharmaceutical producers in general. We are undoubtedly proposing ourselves an ambitious goal: but we want the new run of Pharmintech to offer the chance of a review of the Italian pharmaceutical industry in all its aspects every three years.*

*On top of that the logistical, congress and tourist characteristics of Bologna,*

*as well as the strong presence of a specialised tertiary industry and the offer of services can what is more also favour a spread and a distribution of the convention events not only within the fair quarter, but also throughout the city, thus to all intents and purposes creating an "event" true and proper.*

*Lastly, I would like to add that our objectives also include that of a show that, due to its specialisation and high profile, also polarises the attention of other countries. Indeed, many countries look to Italy as a landmark in the pharmaceutical field in the broadest sense.*

**According to your experience as an entrepreneur as well as an association man, what do the Italian producers of packaging solutions have to offer and how**

**have they changed today?**

*We are speaking of a sector that is objectively still quite young: and consequently I believe aboveall that there are still good reasons to realistically imagine further growth. This naturally does not also exclude the evolution of automatic machines: but I think that this aboveall concerns their typology.*

*As far as presence on the markets is concerned, no one can deny that the packaging sector is by now intensely spread worldwide. I hence consider that, on the level of penetration, we should not necessarily pose ourselves the objective of following new markets perhaps not that easy to identify (even if I have to say that the albeit faint start-off of Africa seen in this latter period constitutes a pleasant surprise, a true new feature). Rather, in my opinion we should*



## Un rivestimento IMS®

Allunga la shelf life del tuo prodotto

Contenitore barrierato

Totalmente riciclabile

Decorabile prima della pastorizzazione



IMS® Method

INTERNOVA PACK S.R.L.

Via De Gasperi, 35-B - 36060 Pianezze S.Lorenzo (VI) ITALY tel. +39 0424 47 03 77 fax +39 0424 47 07 47  
E-Mail: info@internovapack.it - Website: <http://www.internovapack.it>

India e più in generale a tutto il Far East.

**In particolare, cosa caratterizza il modo di fare impresa del distretto bolognese?**

La dimensione in prevalenza medio-piccola delle imprese, spesso a proprietà familiare, caratterizzate da una generale stabilità del management. Il loro forte radicamento nel territorio, che determina un legame solido tra l'imprenditore e il contesto sociale nel quale opera. Il sistema di interconnessioni e di "filieri" presenti in tutti i settori, soprattutto per la grande diffusione della subfornitura e della componentistica. E un nucleo forte e diffuso di produzioni ad alto valore aggiunto (con leadership anche mondiali), da cui discendono almeno tre conseguenze: la proiezione verso i mercati internazionali di aziende che sono per lo più export oriented; la propensione a investire in ricerca, innovazione, alta tecnologia; e il ruolo fondamentale delle risorse umane, le competenze di ogni collaboratore, la sua capacità di progettazione, di prendere decisioni, di intervenire sui processi. La storia delle imprese bolognesi dal dopoguerra ad oggi è stata fatta da persone - imprenditori e lavoratori - di grandi conoscenze tecniche, motivati, altamente preparati, orgogliosi della propria professionalità e di lavorare per la crescita economica e sociale del territorio. Tutte caratteristiche che, naturalmente, valgono nello specifico anche e soprattutto per il settore del packaging e per il suo cuore inequivocabilmente bolognese. ■

*concentrate on increasing our presence on those markets that were the first to show signs of recovery. In particular think of China, India and more in general the entire Far East.*

***In particular, what is the specific approach to entrepreneurship of the Bologna district?***

*The medium-to-small size of concerns, often family owned, featuring a general stability of management. Their being deeply rooted to the territory, underpinning a solid tie between the entrepreneur and the social context in which they work. The system of interconnections and segments throughout all sectors, aboveall due to the great spread of subsupply and componentry. A strong and widespread nucleus of production of high added value (with leadership even at world level), which*

*lead to at least three consequences: the projection towards international markets of companies that are for the most export oriented; the tendency to invest in research, innovation, hi-tech; and the fundamental role of human resources, the capacities of each co-worker, their capacity to plan, to take decisions, to intervene on the processes.*

*The history of the Bolognese companies of the postwar period to this day has been made by people - entrepreneurs and workers - with great technical knowhow, motivated, highly prepared, proud of their own professionalism and proud to work for the economic and social growth of their territory. All characteristics that, naturally, have specific value also and aboveall in the packaging sector and for the unequivocally Bolognese heart of the same. ■*