



MERCATI SENZA FRONTIERE

FIMAR GROUP, PAGLIERANI E AETNA GROUP : LE AZIENDE TOP IN CLASSIFICA

// pag. II e III

Aetna Group, le filiali all'estero come traino durante il lockdown

RIMINI

ALESSANDRO CICOGNANI

Con 350 milioni di euro di fatturato e oltre 1.600 dipendenti, Aetna Group è la quinta azienda italiana del packaging. Un fiore all'occhiello della Romagna, che dalla sua sede di Villa Verucchio si è espansa in tutto il mondo. Al timone da oltre un decennio c'è l'amministratore delegato Enrico Aureli, un uomo che lo spirito industriale ce l'ha nel sangue.

Con una quota export che sfiora il 92%, si può dire che Aetna sia una società dalla profonda vocazione internazionale. Come è organizzata la vostra filiera extra Italia?

«La nostra vocazione internazionale posso





dirle che ha radici molto lontane. Mio nonno, fondatore di Scm, mi ha sempre detto che un'azienda deve avere radici solide nel territorio, ma una visione globale. La struttura di Aetna ricalca perfettamente questi insegnamenti e oggi abbiamo 15 filiali commerciali (ognuna delle quali è anche dotata del personale per fornire assistenza tecnica) dislocate nel mondo tra Francia, UK, Germania, Spagna, Russia, Africa, Thailandia. A queste si aggiungono i tre siti produttivi negli Stati Uniti, in Cina e in Brasile, realizzati con lo scopo di integrare la nostra produzione con le loro esigenze, oltre ad essere riconosciuti come resident nel mercato».

Quali sono, nel dettaglio, i mercati maggiormente rilevanti?

«Se parliamo di singoli paesi, senza dubbio gli Stati Uniti, che assorbono da soli tra il 20 e il 25% dell'export. Lavoriamo molto bene anche in Cina, dove siamo presenti dal 2007 e oggi esportiamo il 10% del nostro prodotto. Se parliamo invece di continenti, l'Europa rimane il cliente numero uno».

Guardando agli ultimi due anni, quanto ha inciso la difficoltà negli spostamenti sul vostro business?

«L'aver investito da tempo sull'apertura di filiali estere ci ha permesso, anche nel periodo di lockdown, di poter garantire sempre





un servizio ai nostri clienti. Questo ci ha consentito di continuare a lavorare. In Italia, come sappiamo, il packaging era stato inserito tra i comparti strategici dal Governo, di conseguenza anche internamente non ci siamo mai fermati».

Una realtà altamente tecnologizzata come la vostra, posso immaginare che sia sempre alla ricerca di nuovi cervelli...

«Abbiamo sempre bisogno di giovani dotati di inventiva che abbiano voglia di mettersi in gioco. È grazie alle loro menti che possiamo cogliere dei vantaggi competitivi e arrivare primi sul mercato. In questo momento specifico siamo alla ricerca soprattutto di globe runner, ossia di emiliano-romagnoli che abbiano voglia di passare un periodo della loro vita o tutta la loro vita all'estero».

Come mai questa figura in particolare?

«Perché, tornando al binomio territoriale/globale, questo ci consente di portare i nostri valori all'estero. Parlo dei valori tramandatimi da mio nonno: "il cliente al primo posto"; "la soddisfazione dei propri collaboratori come vera chiave del successo aziendale"».

Il packaging è uno dei settori che più sta investendo per diventare sostenibile. Voi come vi muovete per raggiungere gli o-



**biettivi di un sempre minor spreco?**

«Il primo step è stato quello di ridurre al minimo il materiale di imballo utilizzato, mantenendo la stessa efficienza. Il secondo, su cui stiamo già operando, prevede la realizzazione di macchine in grado di utilizzare materiali innovativi biodegradabili o biocompostabili. Nel nostro Tech Lab di Castel San Pietro Terme lavoriamo ogni giorno a questi progetti».

“ Mio nonno, fondatore di Scm, mi ha sempre detto che un'azienda deve avere radici solide nel territorio, ma una visione globale





► 23 febbraio 2022

