

IL MONDO DEL TISSUE

Tunisie Ouate: ecco come intendiamo assicurarci la crescita

Il maggior produttore di tissue della Tunisia sta per intraprendere un piano di crescita mirato allo sviluppo del mercato domestico, sia in termini di qualità che di quantità.

Dopo l'avviamento lo scorso anno della nuova PM, l'azienda sta programmando di muovere ulteriori passi nell'ambito dei prodotti consumer con un nuovo stabilimento di trasformazione.

Hugh O'Brian

Il mercato del tissue tunisino è forse più dinamico di quanto si potrebbe pensare. Si tratta di un piccolo mercato - il paese ha una popolazione di circa 10 milioni di persone - in cui il consumo di tissue si aggira attorno ai 9/10 milioni di tonnellate annue: ma tutto questo potrebbe presto cambiare. Il primo produttore di tissue del paese, Tunisie Ouate, ha avviato all'inizio del 2003 una moderna PM di 2,75 metri dalla capacità di 18.000 tonnellate annue, oltre il triplo rispetto alla precedente capacità dell'azienda, pari a 5.000 tonnellate.

Dopo questa nuova installazione, la Tunisie Ouate intende muovere un passo avanti nel campo dei prodotti finiti per il settore consumer. Si tratta di una novità per questa azienda, che fino ad ora si era concentrata principalmente sulla produzione di bobine madri da vendere ai trasformatori.

Inoltre la Tunisie Ouate ha di recente siglato un accordo con Georgia-Pacific per produrre e commercializzare prodotti finiti sotto il marchio Lotus. Infine, con l'installazione nel 2004 di una nuova linea di disinchiostrazione, la cartiera muoverà i primi passi anche nel settore del tissue riciclato a base di fibre.

GLI INIZI. Alla guida della Tunisie Ouate, Abdelaziz Kooli, Presidente e CEO della società. Kooli esordì nell'industria tessile, lavorando per molti anni in questo campo dopo gli studi condotti in Francia. Approdò al settore della carta nel 1974, quando fondò una società di distribuzione di carta da stampa, da scrittura e da packaging. Nel 1979 iniziò a valutare la possibilità di dedicarsi alla produzione di tissue, considerando che nel paese non esistevano all'epoca fornitori di bobine madri. Fu così che nel 1982, a seguito di attente analisi sul mercato e le sue potenzialità, Kooli fondò la Tunisie Ouate. Come sede fu scelta una zona industriale a Enfidha, non lontano dalle spiagge di Sousse, circa 100 km a sud di Tunisi.

Nel 1984 fu avviata la prima PM: una macchina tipo fourdrinier di due metri di larghezza, fornita dall'italiano Gino Celli. Due metri di larghezza certo non sono molti secondo gli standard mondiali; tuttavia racconta Kooli che a quell'epoca, in Tunisia, si trattò di un grande passo avanti. La Tunisie Ouate si creò dunque una posizione importante nel mercato delle bobine tunisino grazie a questa macchina, che inizialmente produceva 3000 tonnellate annue e che, a seguito di successivi interventi, raggiunse la capacità di 5000 tonnellate.

I PRIMI STABILIMENTI DI TRASFORMAZIONE IN TUNISIA NACQUERO INTORNO AL 1980, racconta ancora Kooli: quando fu avviata la PM1 della Tunisie Ouate, nel 1984, esistevano solo 3 o 4 trasformatori. Oggi il paese può contarne circa una dozzina.

Nei 20 anni trascorsi dall'avvio della PM1, Tunisie Ouate è cresciuta insieme al mercato. La crescita è stata tuttavia piuttosto lenta, soprattutto a causa dei molti fattori religiosi e culturali che frenano la diffusione del tissue nel mondo islamico. L'azienda in ogni caso ha avuto molta fortuna come fornitore di bobine al mercato tunisino e come esportatore verso i paesi vicini come Algeria e Libia. Secondo le stime, attualmente, la Tunisie Ouate fornisce circa l'80% delle bobine utilizzate in Tunisia.

NEL 2000 INIZIÒ LA TRASFORMAZIONE DI PRODOTTI AFH. Nel 2000 Kooli decise di entrare nel campo della trasforma-

zione concentrandosi su un settore, quello dei prodotti away-from-home, che all'epoca era quasi inesistente in Tunisia. "Avevamo assistito alla notevole crescita di questi prodotti in altri mercati più evoluti, come quelli europei ad esempio. Per questo pensammo di poter ricreare qualcosa di simile nel nostro paese".

A questo fine fu creata una società separata, la SIPP (acronimo francese per Société Internationale de Production de Papier), destinata ad essere la divisione di trasformazione della Tunisie Ouate. Così nel 2000 Kooli iniziò l'attività di trasformazione con il lancio di una linea di prodotti per il mercato AFH. La linea comprende prodotti per le aree industriali, medica, alberghiera, familiare. Per la commercializzazione di questi prodotti è stata istituita una terza società, la Paco. Oltre a questi prodotti tissue, la Paco produce un'ampia gamma di dispenser ed accessori per il settore AFH.

UN PIANO DI CRESCITA CHE PRIVILEGIA LA QUALITÀ. Man mano che la società guardava avanti verso prospettive sempre nuove, si faceva più forte l'esigenza di una maggiore capacità produttiva e di ulteriori impianti di trasformazione. La società comprese che sarebbe stato rischioso continuare a contare su una sola piccola PM. Allo stesso tempo cresceva la preoccupazione che prodotti importati a basso costo saturassero il mercato man mano che diminuivano le tariffe di importazione.

Così la direzione decise di mettere a punto una strategia di sviluppo basata su due fasi. Innanzitutto l'installazione di una moderna PM crescent former in grado di produrre tissue di qualità superiore; in secondo luogo l'ingresso nel settore dei prodotti consumer finiti, per contribuire a sviluppare nel mercato un livello più elevato di consapevolezza dal punto di vista della qualità.

"Entriamo nel campo dei prodotti finiti con il proposito di determinare un ulteriore sviluppo nel mercato tunisino", spiega Kooli. "Riconosciamo a questo mercato un grande potenziale, come fanno anche molti altri produttori esterni al paese. Stiamo conducendo un'azione mirata a combattere l'importazione di prodotti di bassa qualità che potrebbero invadere il mercato".

PREOCCUPAZIONE PER LE IMPORTAZIONI IN CRESCITA. Prosegue Kooli: "Siamo preoccupati dall'eventualità di dover affrontare massicce importazioni di prodotti finiti: la Tunisia fa ora parte della World Trade Organization e le tariffe di importazione caleranno progressivamente. Se le importazioni dovessero invadere il nostro paese, non solo noi perderemo il nostro mercato di bobine, ma anche i trasformatori tunisini, ovvero i nostri clienti, perderebbero il loro. Per questo abbiamo deciso di investire in una PM e in linee di trasformazione di alta qualità".

Alla domanda se non crede che i clienti nazionali potrebbero non gradire che il proprio fornitore di bobine entri anche nel mercato della trasformazione, Kooli risponde escludendo ogni allarmismo. "Non crediamo che entrare nel settore dei prodotti consumer di alta qualità ci porti in competizione con i nostri attuali clienti in Tunisia. Piuttosto, contribuire a sensibilizzare il nostro mercato sulla qualità porterà beneficio anche agli altri trasformatori tunisini".

MARKETING MIRATO AD INNALZARE I CONSUMI.

Le attività commerciali e di marketing sono condotte da Med. Ali Kooli, figlio del Presidente. In merito al mercato tunisino e al potenziale di sviluppo, Ali è fiducioso nelle possibilità dell'azienda di sollecitare la crescita. "Intendiamo sviluppare il mercato attraverso attività di promozione e marketing in grado di sollevare i consumi pro capite. Attualmente siamo su livelli molto bassi, attorno a 0,6 Kg annui. Nella vicina Libia il consumo pro capite è molto più alto, intorno a 2 Kg. Ecco perché fa parte della nostra strategia educare il consumatore tunisino riguardo alla facilità d'uso e alla convenienza dei prodotti tissue nella vita di ogni giorno. Certamente intendiamo anche spingere la qualità dei nostri prodotti e i benefici che può offrire". L'idea di Ali Kooli è di offrire al mercato consumer tre diverse linee di prodotti. La linea di punta porterà il marchio Lotus, prodotto dietro licenza della Georgia-Pacific. Un nuovo marchio, Kotiss, creato dalla Tunisie Ouate è adesso in fase di lancio. Anche questo sarà posizionato come marchio di qualità, ma non allo stesso livello di Lotus. Infine, la terza linea sarà costituita da prodotti economici a buon impatto ambientale, a base di fibre riciclate, realizzati con una linea Lamort di disinchiostrazione che alimenta la PM1. Al momento entrambe le PM utilizzano fibra vergine al 100% e "pasta di mercato" acquistata da fornitori da tutto il mondo. L'accordo con GP, spiega Kooli, autorizza la SIPP a produrre e commercializzare il marchio Lotus per prodotti consumer come veline facciali, rotoli igienici, asciugatutto e tovaglioli. I paesi di validità dell'accordo sono Tunisia, Libia, Egitto, Sudan e Iraq. Con l'installazione della PM2, la Tunisie Ouate è in grado di soddisfare i requisiti di qualità imposti dalla certificazione Lotus. Aggiunge Med. Ali Kooli: "Con tre linee di prodotti siamo sicuri che potremo proporre ai clienti un'ampia offerta in risposta a tutte le esigenze del mercato. Vogliamo stimolare nel mercato un nuovo atteggiamento, che condurrà a consumi più elevati".

UNA PM DALLA PMT ITALIA. La PM2 è una crescent former di 2,75 metri di larghezza, fornita dalla PMT, l'azienda con sede a Pinerolo, Italia, nata dalla ex Beloit. Si tratta di una macchina molto moderna progettata per la produzione di tissue di alta qualità. L'investimento per la macchina e tutte le attrezzature complementari è stato di 22 milioni di dinari, circa 19 milioni di dollari americani.

Il progetto PM2 ha coinvolto anche altri fornitori, tra cui Honeywell Measurex per il sistema di controllo qualità (QCS) e per il sistema di controllo distribuito (DCS), Siemens per l'automazione e SEEI per gli impianti elettrici. La PM2 garantisce una qualità eccellente, secondo quanto afferma Ghassen Kooli, tecnico di produzione. A dimostrazione del fatto che la carta raggiunge i più elevati standard qualitativi internazionali, basti pensare che la società esporta bobine ai mag-

giori trasformatori del mercato italiano. Come ribadisce Kooli: "La vendita alle maggiori industrie italiane e la certificazione ottenuta dalla GP sono garanzia assoluta degli alti standard qualitativi raggiunti". Diretta conseguenza dell'importante espansione nell'ambito dei prodotti finiti, è la costruzione di un nuovo stabilimento di trasformazione, a 1 Km dalla cartiera di Enfidha. Il nuovo sito copre un'area di 6.000 mq e ospiterà moderne linee di trasformazione fornite da Fabio Perini SpA, Italconverting e Winkler & Dünnebier.

SI PENSA GIÀ AD UNA PM3. Il fatturato stimato sarà di circa 15 milioni di dollari americani nel 2004; Abdelaziz Kooli prevede che raggiungerà i 23 milioni entro il 2006, se tutto procederà secondo i piani. Intanto la società progetta l'installazione della terza PM, prevista per il 2008. Afferma Kooli: "Se il mercato non tradisce le nostre aspettative, intorno al 2008 avremo bisogno di una PM3 per mantenere la nostra posizione leader. Probabilmente si tratterà di una macchina di 2,75 metri, proprio come la PM2." Il Presidente Kooli ha dunque grandi progetti per il mercato tunisino: tuttavia non vuole sventolare i risultati fin qui ottenuti. "Tornate l'anno prossimo" ci dice "e avremo molti più risultati da mostrare, con i nuovi stabilimenti in funzione. E vi informeremo anche sullo stato di avanzamento dei nostri progetti di sviluppo per il mercato tunisino".