



Gli anni dei dragoni

Mercati asiatici, con Giappone, Cina, Corea del Sud e Taiwan in prima fila. Ovvero un'area del mondo ampia e diversificata, in cui lo sviluppo economico e l'integrazione internazionale hanno avuto una grande accelerazione negli ultimi anni e dove molto forte è la domanda di macchine utensili. Fino a che punto la produzione italiana si presenta competitiva con quella dei tradizionali concorrenti tedeschi e giapponesi? E quali le prospettive?

L'analisi mostra che la competitività c'è, specie quando si tratta di mettere a punto soluzioni flessibili, adatte alle specifiche esigenze. Nell'area il futuro dell'industria italiana appare poi legato alla capacità di fondare la propria competitività sul fattore qualità, così da mantenere livelli tecnologici tali da non essere direttamente in competizione con gli stessi costruttori locali.

GIAPPONE: TRA CRISI E RIPRESA

Luci e ombre dal Giappone, Paese molto industrializzato e uno dei maggiori mercati mondiali di macchine utensili, ma anche Paese che stenta a

L'area asiatica costituisce, per i costruttori di macchine utensili, non solo la patria degli aggressivi competitor orientali, ma anche un potente polo d'attrazione. Nel Giappone in cauta ripresa, nella Cina in continua crescita, nei Paesi, quali Corea del Sud e Taiwan, strategici e di tecnologia avanzata, sono molte le opportunità da cogliere

uscire da una crisi iniziata negli anni 90. Quali i motivi dell'involuzione e quali le prospettive d'investimento e d'esportazione?

La locale industria manifatturiera ha risentito della crescente competitività dei Paesi asiatici vicini e ha risposto agli alti costi produttivi locali trasferendo, in molti casi, la produzione all'estero. Il Giappone sta, poi, scontando i problemi della scarsa apertura ai mercati esteri, dell'assistenzialismo di stato e di un contesto normativo rigido, che non ha favorito la nascita di un clima concorrenziale. Gli anni 2000 sono stati, però, caratterizzati da una certa

apertura verso le logiche del mercato e da una crescente flessibilità nell'offerta di manodopera. Secondo la società d'analisi EIU, Economist Intelligence Unit, sono comunque confermate le difficoltà strutturali dell'economia nipponica: nel 2008 la crescita del PIL dovrebbe essere solo dell'1,1% e nel 2009 dell'1,3%, con l'inflazione allo 0,4÷0,8%. Un tradizionale punto di forza del Giappone è la sua grande attenzione ai temi gestionali: sono d'origine giapponese le teorie del 'just in time' (col metodo Kanban), del 'Kaizen' e del 'total quality management'. Ma, soprattutto, il Giappone può contare su po-

MF-Tokyo 2009

METAL FORMING & FABRICATING FAIR TOKYO
Looking "Eco-Friendly" Metal Processing Fair

October 14 (Wed) → 17 (Sat) 2009

Venue: Tokyo Big Sight West Hall 1&2
Organizers: The Japan Forming Machinery Association
The Nikkan Kogyo Shinbun, Ltd.

MF-Tokyo 2009: una fiera riservata alla formatura

Si è appena svolta a Tokyo, Jimtof 2008, esposizione a cadenza biennale d'assoluta importanza mondiale, che già in Giappone si prepara un'altra importante manifestazione. L'Associazione giapponese delle macchine a deformazione, infatti, lancia 'MetalForming & Fabricating Fair Tokyo 2009', in breve 'MF-Tokyo 2009', in programma dal 14 al 17 ottobre del prossimo anno. È una mostra di settore che s'avvia sull'esempio e in concorrenza dell'europea EuroBlech e della statunitense Fabtech & Metalform.

Saranno presenti oltre 100 aziende, in due padiglioni per un totale di 17.760 m². Le tipologie di macchine proposte andranno dalle cesoie alle presse, dalle macchine di formatura e stampaggio alle laser e a quelle di taglio al plasma. Non mancheranno le relative attrezzature d'automazione, i dispositivi di sicurezza, i CAD/CAM.

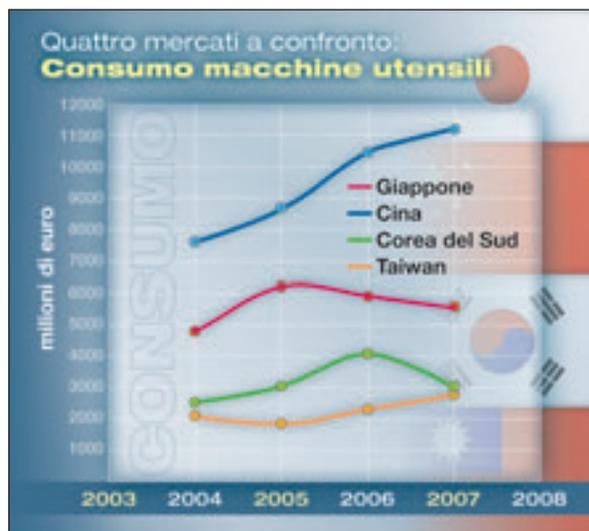
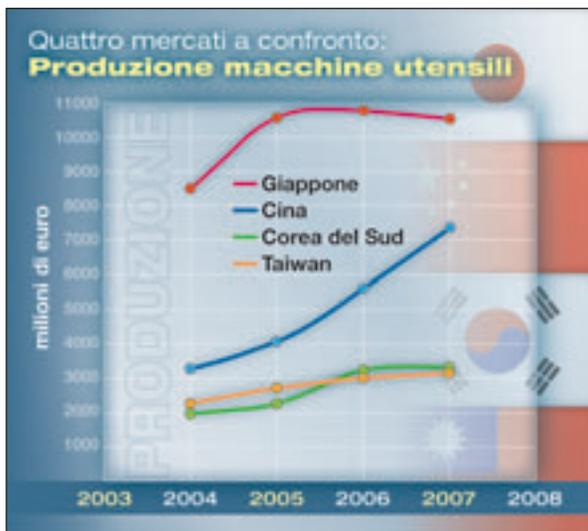
tenti industrie multinazionali nei settori automobilistico, elettronico e delle macchine utensili. Aziende che, per l'alta tecnologia, per l'efficienza dei procedimenti e per la qualità dei prodotti, dominano da decenni sia il mercato locale sia quello internazionale.

Il Giappone nell'automotive, si batte per il primo posto come produttore, testa a testa con gli USA. Secondo dati di Global Insight il Giappone ha prodotto, nel 2007, 11,6 milioni di veicoli, pari al 15,9% del totale mondiale. Si tratta, però, di un mercato maturo, che dovrebbe gradualmente ridurre i volumi e che sta perdendo peso a favore dei Paesi emergenti. I costruttori giapponesi sono comunque presenti in forze in tali Paesi: la loro

produzione all'estero nel 2007 ha superato 11 milioni di veicoli.

Anche tra i produttori di macchine utensili il Giappone ha mantenuto, nel 2007, il primato mondiale, con 10.556 milioni di euro, pari al 20,6% della produzione mondiale. La produzione è, secondo dati ed elaborazioni dell'Associazione giapponese dei costruttori, Jmtba, e di Gardner Publications, per l'88% di macchine ad asportazione, e solo per il 12% a deformazione. Il 52,8% del totale è stato esportato, per un valore di 5.568,4 milioni di euro: i costruttori giapponesi si confermano, così, al secondo posto nella classifica degli esportatori, con una quota del 17÷18%. In calo, del 10,8% in due anni, il consumo, ora a 5.568,4 milioni di euro. Quanto all'interscambio con l'Italia, nel 2007 il Giappone è stato il secondo fornitore di macchine utensili, con una quota del 13,6%: secondo dati Istat riportati da Ucimu l'importa-





zione italiana è stata di 190,3 milioni di euro, con un incremento del 40,2% sul 2006. Il comparto asportazione rappresenta il 96% dell'import: da soli torni e centri di tornitura pesano per il 48,8% sul totale, mentre al secondo posto si piazzano i centri di lavoro, con il 37%. Assai ridotto, e in calo, a solo 13,4 milioni di euro, l'export italiano: per il 61,8% si tratta di macchine a deformazione.

CINA: PRIMO MERCATO MONDIALE DI MACCHINE

La Cina, il Paese più popoloso del mondo con quasi 1.300 milioni d'abitanti, è protagonista, dal 1978, di un eccezionale sviluppo economico. Nel trascorso quinquennio il PIL ha avuto crescita consecutive a 2 cifre, fino a un +11,9%

nel 2007, e, per il 2008, le previsioni sono per un tasso di crescita intorno al 10%.

La produzione dell'industria dell'auto cinese, in base a dati di Global Insight, nel 2007 è cresciuta del 22,8% sul 2006, a 8,7 milioni d'unità, e le prospettive di sviluppo rimangono positive, con forti incrementi anche nel 2008 e nel 2009. Nel 2007 il mercato è stato dominato da Volkswagen, con 814.986 unità vendute, seguono Saic Motor, colosso cinese nato dalla fusione di Saic e Nanjing, General Motors e Honda. Il Gruppo Fiat, che già ha in Saic Motor un importante partner nei veicoli industriali pesanti, nelle macchine agricole e nella componentistica, ha stretto un'alleanza con la locale Chery

Automobiles e punta a vendere in Cina 230.000 vetture all'anno entro il 2010. Quanto al settore macchine utensili, secondo dati della locale Associazione Cmtba, i costruttori cinesi, con una produzione di 7.359,6 milioni di euro, in incremento del 30,2%, hanno consolidato nel 2007 il terzo posto a livello mondiale. Ancora bassa, e in calo, tuttavia, la propensione all'export, che copre solo il 15,9%.

La Cina si è confermata, nel 2007, primo consumatore al mondo, con 11.225,4 milioni di euro. È in diminuzione, tuttavia, la quota di domanda soddisfatta dai costruttori stranieri: dal 62,6% del 2004 al 44,8% nel 2007. Le importazioni, pari a 5.032,8 milioni di euro, collocano, tuttavia, il Paese al vertice anche tra gli Stati importatori. Il consumo cinese di macchine utensili, secondo uno studio della società di consulenza Interchina commissionato da ICE e Ucima, dovrebbe raddoppiare entro il 2010. La Cina è descritta come un mercato ricco d'opportunità per i costruttori italiani della fascia alta di mercato, ancora non accessibile ai costruttori locali, e di quella media. Nel secondo caso, però, purché i costi siano competitivi con l'offerta locale. I costruttori cinesi, infatti, si collocano ancora nella fascia medio-bassa, ma sta crescendo il numero dei grossi costruttori statali con accesso al segmento medio di mercato.

Attualmente il Paese asiatico è, per l'industria italiana, il secondo mercato di sbocco. Le esportazioni verso la Cina hanno toccato, nel 2006, il record di 254,4 milioni di euro. Nei primi undici

CIMT: UNA GRANDE MOSTRA PER UN GRANDE MERCATO

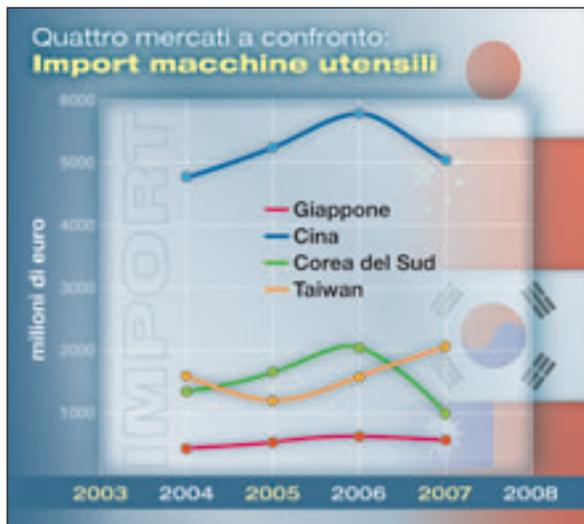
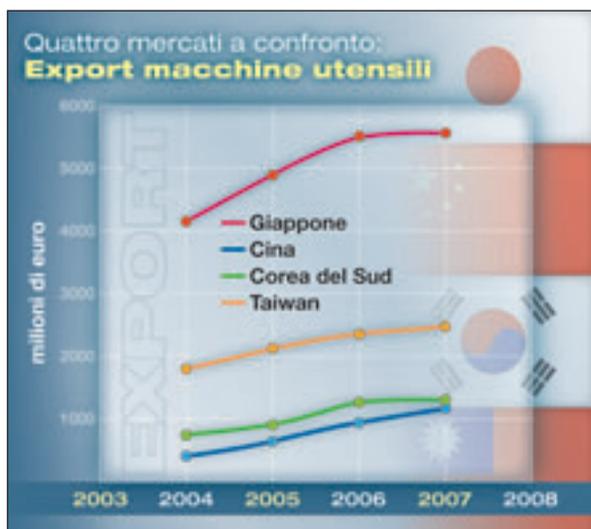
L'11ª Cimt (China International Machine Tool) fiera biennale di macchine utensili, si svolgerà dal 6 all'11 aprile 2009 a Pechino. La manifestazione ha acquisito una crescente importanza negli ultimi anni, tanto che può essere annoverata tra le quattro maggiori esposizioni mondiali del settore, accanto all'europea EMO, alla statunitense Imts e alla giapponese Jimtof.

Secondo gli organizzatori, l'Associazione cinese dei costruttori, Cmtba, Cimt può essere un valido strumento per accedere al mercato cinese. Saranno visibili le più innovative

macchine a CNC e le più avanzate tecnologie di lavorazione dei metalli, quelle che indicano le linee di tendenza. Contemporaneamente l'industria cinese vorrà dimostrare le capacità che ha velocemente raggiunto in pochi anni.

Alla scorsa edizione avevano partecipato oltre 1.100 espositori provenienti da 28 Paesi ed erano state esposte circa 1.200 macchine utensili e più di 10.000 tra sistemi a CNC, strumenti e utensili di misura e taglio e altri dispositivi per macchine utensili a CNC.





“Da Taiwan in tutta l’Asia”

Intervista a Giampaolo Morandi, direttore commerciale di lemca

lemca è ampiamente presente, con aziende locali, nei mercati dell’estremo oriente. Quando è iniziata e come si è sviluppata questa presenza?

“Abbiamo fondato, a Taiwan, nel 1996, la nostra prima azienda commerciale, che ora conta un centinaio di dipendenti e che ci colloca tra i primi ‘player’ asiatici. Nel 2000 abbiamo aperto la filiale giapponese, cui è seguita nel 2003 quella cinese, ora anche produttiva. Da quest’anno abbiamo avviato una prima timida presenza anche in India. La nostra filosofia è d’essere presenti in Asia con l’obiettivo di batterci, su quei mercati, con una presenza ‘da insider’. Non siamo quindi interessati all’Asia come base produttiva a basso costo ma come piattaforma per i mercati locali”.

Che posizione occupa l’area asiatica nella strategia d’internazionalizzazione della vostra azienda?

“I mercati asiatici sono per noi strategici, tanto per il loro valore in sé, quanto per la possibilità di farne aree di consumo e produzione di componenti. Possiamo così allargare la base d’utilizzo della componentistica e beneficiarne in termini d’economie di scala”.

Quali tipologie di caricatori e che sistemi di manipolazione sono a voi richiesti in quei mercati?

“L’Asia è ancora un mercato guidato principalmente dal prezzo e pertanto le produzioni di livello internazionale occupano solo posizioni di nicchia. I prodotti venduti in Asia sono concepiti e costruiti per quel contesto competitivo”.

Ritiene sufficientemente valide le strategie finora adottate in quell’area?

“I risultati finora ottenuti ci confermano che la nostra scelta strategica è vincente”.

Nel 2009 avete in programma qualche iniziativa particolare nei Paesi asiatici?

“Parteciperemo a tutte le maggiori fiere dell’Asia. In particolare con uno stand dall’Italia, alla Imtex di Bangalore, in India. Le altre esposizioni saranno presidiate direttamente dalle nostre filiali”.

mesi del 2007, però, si è registrato un calo dell’8,3% rispetto allo stesso periodo del 2006. Il comparto asportazione, che rappresenta il 69,9% del totale, è diminuito del 17,4%, mentre quello a deformazione è cresciuto del 23,3%. Le rettificatrici sono state la principale tipologia venduta in Cina, con il 25,5% sul totale. Quanto all’import italiano dalla Cina, pur restando su valori modesti, è cresciuto del 43% nel 2006 rispetto all’anno precedente e del 27,6% nel gennaio-novembre 2007.

COREA DEL SUD: UNO SNODO DELL’ASIA

La Corea del Sud, che conta 48 milioni d’abitanti, è, in Asia orientale, la terza economia per dimensioni dopo Giappone e Cina. Sul piano economico è, tra i Paesi emergenti, una delle realtà più solide: è la tredicesima economia mondiale, la quarta in Asia dopo Cina, Giappone e India. La Sace,



**Giampaolo Morandi,
direttore commerciale di lemca.**

Produttori 'in loco' d'utensili da taglio

Intervista a Mirko Ramponi, direttore commerciale della Divisione Samputensili di Samp S.p.A.

La vostra azienda è presente in Giappone, Cina e Corea del Sud con aziende locali. Quando è iniziata e come si è sviluppata questa presenza?

“In Cina, a Shanghai, abbiamo aperto, nel 2005, in ‘joint venture’ con un partner locale, uno stabilimento d'utensili da taglio per ingranaggi, con una partecipazione del 60%. Abbiamo poi una filiale commerciale in Giappone, a Nagoya, e un'altra in Corea del Sud. Qui dalla metà degli anni 90 si è aggiunta un'altra produzione d'utensili da taglio per ingranaggi”.

Come si collocano questi mercati nella strategia d'internazionalizzazione della vostra azienda?

“Sono per noi d'importanza strategica: una parte importante del fatturato totale proviene a Samputensili da questi Paesi. Si tratta sia di macchine sia d'utensili. Li seguiamo, quindi, con molta attenzione, anche per le prospettive di sviluppo, vista la continua crescita cinese. Cina e Giappone sono il volano che trainerà, a breve, lo sviluppo degli altri Paesi del Sud Est Asiatico”.

Quali utensili e che tipo di macchine sono a voi richiesti in Giappone, Cina e Corea del Sud?

“Le richieste coprono, generalmente, la gamma completa, sia d'utensili sia di macchine. Alcuni 'distinguo' sono legati a fattori contingenti, primo fra tutti la nostra capacità di risposta alle esigenze, in funzione della nostra specifica realtà locale. La nostra penetrazione dipende molto, poi, da concorrenti locali che offrono prodotti meno precisi e flessibili, ma a prezzi inferiori”.

E, in futuro, come evolveranno le vostre strategie in quell'area?

“Le nostre strategie finora si sono dimostrate valide, ma non dimentichiamo che l'economia, gli scenari, le opportunità sono in continuo movimento. Non escludo, quindi, che presto avremo la necessità d'adeguare le nostre strutture locali a questa continua evoluzione”.

Nel 2009 avete in programma qualche iniziativa particolare nei Paesi asiatici?

“Parteciperemo di sicuro, come sempre, alla Cimt di Pechino, in aprile. Altre attività sono in esame e molto probabilmente saranno inserite in programma”.



Mirko Ramponi, direttore commerciale della Divisione Samputensili di Samp S.p.A.

fornitori stranieri sul mercato italiano, con una quota del 7,1%. Nel 2007 la quasi totalità dell'import è stata di macchine ad asportazione, specie torni, soprattutto convenzionali.

Sempre nel 2007 le esportazioni italiane sono invece valse poco più di 28 milioni di euro. Il 68,6% è dovuto a macchine ad asportazione, principalmente torni e rettificatrici. Ma quelle a deformazione manifestano buoni tassi di crescita, con le piegatrici a CN e le trafilatrici in primo piano.

TAIWAN: L'ISOLA TECNOLOGICA

Sull'industria manifatturiera orientata all'export basa ancor più la sua forza economica Taiwan, Paese che si propone anch'esso come mercato strategico ai fini della presenza in Asia. Il suo mercato interno è, con 23 milioni d'abitanti, di ristrette dimensioni ma è tecnologicamente avanzato. Si tratta di una vera e propria 'isola tecnologica', all'avanguardia in fatto di processori, schede madri, prodotti di rete, TV ad alta e super alta definizione, telefoni cellulari, fotocamere e accessori. Secondo i dati più recenti quest'anno saranno oltre 110 milioni i notebook che usciranno dalle industrie locali.

La produzione industriale è concentrata presso le due maggiori città: vicino Kaohsiung, a sud, si trovano industrie metallurgiche e siderurgiche, mentre vicino Taipei, a nord, c'è l'Hsinchu Science and Technology Park, un parco forte di 361 imprese molto tecnologiche. Un secondo parco tecnologico si trova a Tainan, nel sud, e un terzo è in

società d'analisi economiche internazionali, la colloca nella categoria Ocse a rischio zero. Ciò significa massime condizioni di garanzia e d'affidabilità. Superata la crisi finanziaria del 1997-98 il Paese si avvia a divenire uno dei protagonisti della scena economica mondiale. L'assegnazione alla città coreana di Yeosu dell'Expo 2012 dovrebbe contribuire a innalzare gli investimenti e l'interscambio con l'estero. L'economia coreana, con un PIL cresciuto del 4,8% nel 2007, è trainata dalle esportazioni, aumentate del 14,1%. La produzione d'autoveicoli, sempre nel 2007, secondo dati di Global Insight, ha superato i quattro milioni d'unità, con un +6,5% rispetto al 2006. Le prospettive a breve sono per incrementi più moderati: +2,5% nel 2008 e solo +0,2% nel 2009. Il principale costruttore è Hyundai, che ha assorbito Kia Motors, con il 69,1%

della produzione coreana. Al secondo posto, con il 23,1%, c'è General Motors, che controlla Daewoo. Con quote molto minori sono presenti Renault, tramite Samsung, e la cinese Saic, che ha acquisito l'altra casa coreana, la Ssangyong, mentre l'indiana Tata ha rilevato il ramo dei veicoli pesanti di Daewoo. Nel settore macchine utensili, secondo dati di Komma (Korea machine tool manufacturers' association) la produzione coreana, dopo due anni di forte sviluppo, è cresciuta solo dello 0,6% nel 2007, a poco più di 3,3 miliardi di euro. La Corea è così al quinto posto tra i Paesi produttori.

Quanto all'interscambio di macchine utensili con l'Italia, dati Istat indicano che le importazioni italiane sono valse 100 milioni di euro nel 2007, in forte crescita per tre anni consecutivi. I costruttori coreani sono così diventati i quinti



Davide Babini, direttore di vendita di Marposs.

Forte domanda di sistemi, per l'auto e per la macchina utensile

Intervista a Davide Babini, direttore di vendita di Marposs

La vostra azienda è presente in Corea del Sud, Giappone e Taiwan con aziende locali. Quando è iniziata e come si è sviluppata questa presenza?

“Siamo presenti in Giappone dall'inizio degli anni 70 e in Corea del Sud dalla fine degli anni 80 e, oggi, in quei Paesi abbiamo uffici centrali e distribuiti, e un totale di 145 e 50 dipendenti. Anche Taiwan è un mercato sempre più importante: lo abbiamo seguito prima con un agente e, dal 2007, con un'organizzazione diretta”.

Come vedete i mercati dell'estremo oriente nella strategia d'internazionalizzazione della vostra azienda?

“Sono sempre stati molto importanti, per la loro grande domanda di prodotti, indirizzati al settore auto e a quello della macchina utensile. Sono mercati con clienti molto orientati all'export: un ottimo esempio è la Toyota, per la quale la nostra organizzazione globale ha rappresentato un punto di forza nel suo piano d'internazionalizzazione. La nostra presenza internazionale permette di supportare, nelle loro esportazioni mondiali, pure i costruttori di macchine utensili, giapponesi, taiwanesi e coreani”.

Quali sistemi di misura e controllo sono a voi richiesti in quei mercati?

“Il Giappone è decisamente orientato a prodotti per la macchina utensile, con i due terzi della domanda, Taiwan a prodotti per la macchina utensile, per quasi il 100%, mentre in Corea del Sud c'è più equilibrio, con un mix di 50% per la macchina utensile e 50% per sistemi di controllo fuori macchina”.

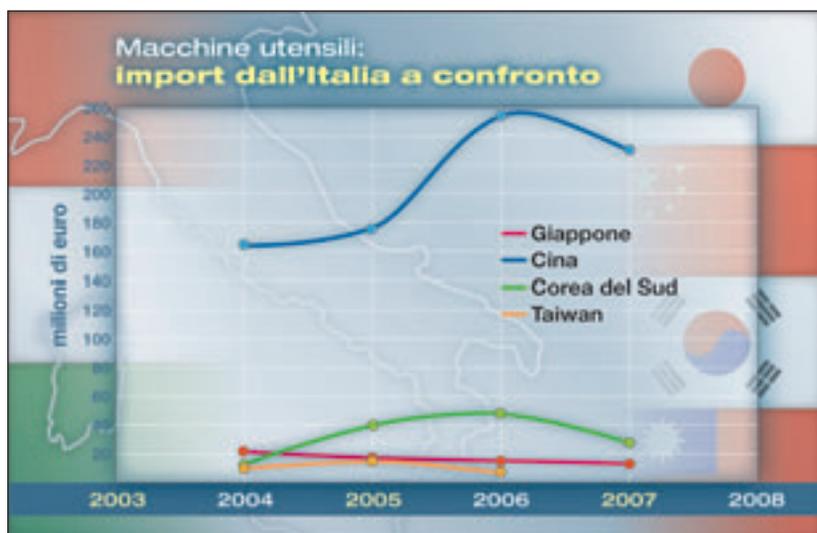
Ritiene sufficientemente valide le strategie finora adottate in quell'area?

“Marposs esporta da anni quasi il 90% della sua produzione e i risultati ci indicano che, nei tre Paesi asiatici, abbiamo centrato le nostre strategie. Naturalmente la concorrenza, rappresentata spesso da aziende locali, deve sempre essere tenuta sotto controllo: la nostra naturale propensione all'innovazione, con una spesa in ricerca e sviluppo di circa il 10% del fatturato, è indispensabile per mantenere le nostre posizioni di preminenza nei settori a noi già noti, consolidarci nei più recenti e aggredirne di nuovi”.

Nel 2009 avete in programma qualche iniziativa particolare nei Paesi asiatici?

“Per il mercato giapponese abbiamo in programma Intermold, Mecatrotech, M-Tech e Aitec. In Taiwan parteciperemo a Timtos nel 2009; in Corea del Sud a Simtos nel 2010”.

piena costruzione presso Taichung. L'EIU prevede, per il 2008, una crescita del PIL del 4,3% e l'inflazione al 2,6%. La produzione taiwanese di macchine utensili, secondo i dati della locale Taiwan Association of Machinery Industry (Tami), è, in valuta locale, in crescita ininterrotta dal 2002. Nel 2006 è valsa 2.939 milioni di euro ed è stata per l'80% indirizzata all'export. Previsioni relative ai primi nove mesi del 2007 indicano un ulteriore incremento del 15,1%, con vendite soprattutto di macchine ad asportazione. Il valore dell'import è sensibilmente minore dell'export: secondo Tami è stato di 772 milioni di euro nel 2006. Il consumo è valso, invece, 1.393 milioni di euro. Il dato dell'import dei primi nove mesi del 2007 mostra acquisti in crescita del 44,3% sull'analogo periodo del 2006. Si tratta, quasi per intero, di macchine ad asportazione: centri di lavoro (+53,1%), torni



(+30,8%), foratrici e fresatrici (+18,4%), mentre le rettificatrici sono calate del 22,4%.

L'interscambio con l'Italia, secondo dati Istat riportati da Ucima, vede una forte prevalenza dell'import: 67.853 milioni di euro contro 6.361 nei primi 11 mesi del 2006. L'export italiano è prevalentemente di macchine a deformazione, al contrario l'import è, per la quasi totalità, di macchine ad asportazione: centri di lavoro (43%) e torni (36%).

readerservice.it - Iemca n.40

readerservice.it - Samputensili n.41

readerservice.it - Marposs n.42

readerservice.it - Ucima n.43