



Italiani alla conquista di **Russia** e **Brasile**

I produttori di macchine utensili guardano con crescente attenzione ai mercati emergenti. Cosa chiedono gli operatori locali ai nostri importatori? Come si dovranno muovere le imprese della Penisola per restare competitive su uno scenario globale sempre più complesso? Attraverso un'analisi della domanda e della concorrenza di queste economie in pieno sviluppo, abbiamo raccolto qualche suggerimento per cogliere a pieno le varie opportunità di business offerte dai due Paesi

Insieme si vince. Potrebbe essere questo lo slogan adottato dalle imprese italiane che proiettano investimenti e risorse all'estero per andare alla conquista dei mercati emergenti. Sotto il profilo commerciale, Russia e Brasile rappresentano due delle realtà più interessanti per i nostri produttori di macchine utensili che vedono in questi Paesi un'importante area di sbocco per le proprie merci. Gli operatori tricolori, fino a oggi, si sono mossi bene, incrementando in poco tempo le opportunità di business, anche se non mancano fattori di criticità che solo un'azione coordinata può contribuire a superare. Per un sistema industriale

come quello della Penisola, costituito da un fitto tessuto di piccole e medie imprese, diventa fondamentale, infatti, promuovere iniziative di aggregazione che possano favorire una maggiore penetrazione del mercato.

IL MERCATO RUSSO

La Russia in questo senso offre prospettive interessanti. Anche se l'economia del Paese rimane sostanzialmente legata all'estrazione e all'esportazione di materie prime come petrolio e gas naturale, va segnalata una crescita dell'industria manifatturiera e di settori importanti come quello delle costruzioni. Questa evoluzione apre nuovi scenari per le nostre aziende. La politica del Governo, guidato dal presidente Medvedev e dal primo ministro Putin, per sostenere l'economia della Repubblica Federale punta su sviluppo tecnologico e nuove infrastrutture, una strategia che non può prescindere da un rinnovamento del parco macchine utensili, piuttosto obsoleto. Le maggiori opportunità arrivano dall'industria dell'auto. In Russia si sta assistendo a un forte sviluppo del settore con una conseguente crescita di tutto l'indotto che sta 'contagiando' i mercati limitrofi come Ucraina e Bielorussia. Ma anche il comparto dell'energia, uno dei più significativi dell'economia del Paese, offre nuovi sbocchi ai nostri imprenditori. Le imprese locali, infatti, preferi-



scono acquistare macchinari dall'alto contenuto tecnologico piuttosto che macchine standard a basso costo. Questo tende a frenare, almeno per il momento, la concorrenza proveniente dall'Europa orientale e dai Paesi Asiatici che fanno dei costi contenuti la maggior attrattiva della propria offerta. Ma sul terreno della qualità alle aziende italiane non mancano i competitor: tedeschi e giapponesi rappresentano concorrenti agguerriti.

Il momento per i nostri imprenditori appare propizio anche se chi opera in Russia ha messo in evidenza una serie di difficoltà legate alle peculiarità di quel mercato. Uno dei principali problemi è rappresentato dalla lingua e dalla mancanza di strategie ben definite per vendere i prodotti italiani da

parte di importatori e rivenditori. A questo aspetto si associa un altro ostacolo non di poco conto come la vastità del territorio. Per avere una copertura del mercato il più completa possibile, infatti, non è sufficiente affidarsi a un singolo agente e la scelta del soggetto giusto e 'influyente' risulta fondamentale per il successo dell'azienda. Le nostre imprese, inoltre, denunciano difficoltà nel reperire informazioni attendibili sul mercato interno, poiché non sempre gli operatori locali sono disposti a comunicare liberamente con gli stranieri. Per ovviare a queste problematiche sarà indispensabile in futuro avviare partnership strategiche con imprese russe, dare vita a uffici di rappresentanza e di servizio sul territorio e supportare la distribuzione con una forte azione di marketing. Non c'è dubbio che i costruttori italiani debbano lavorare nei prossimi anni per migliorare la propria immagine, soprattutto per quanto riguarda il servizio di assistenza. Sotto questo aspetto i nostri produttori non godono di un'opinione positiva nel Paese e quella della costruzione di un efficiente servizio post-vendita è una necessità sentita non solo sul mercato russo, ma anche su quello brasiliano.

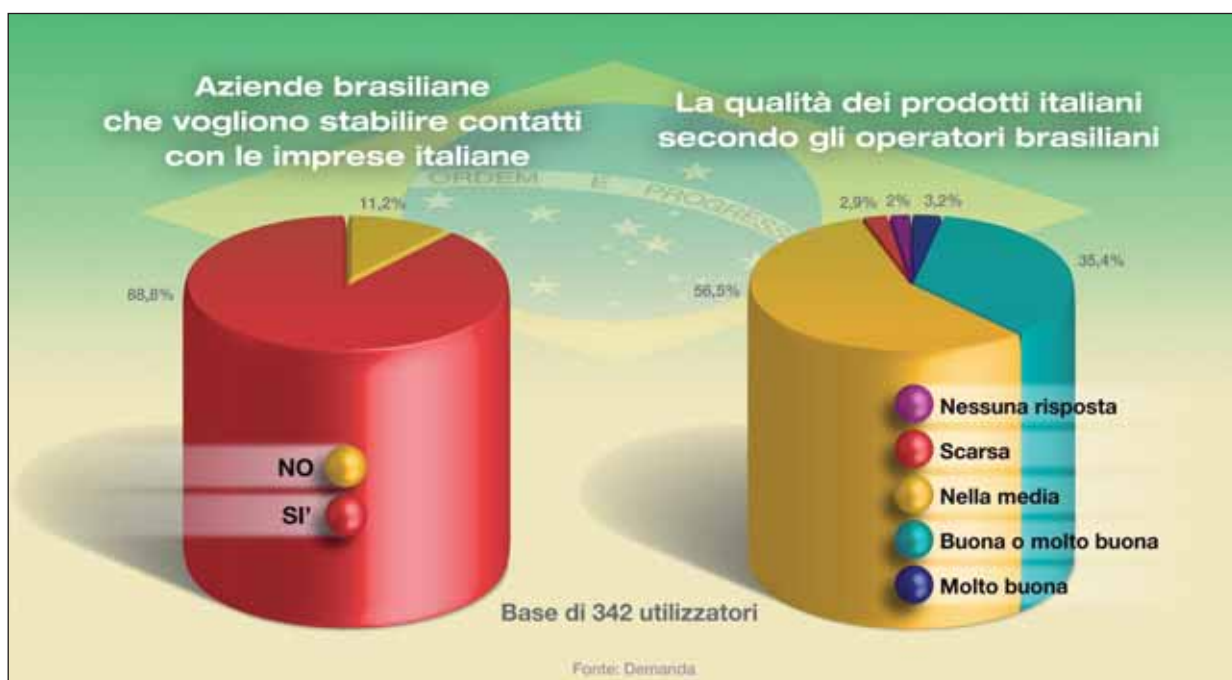
LA SFIDA CARIOCA

Il gigante sudamericano da alcuni anni vanta un'economia molto più solida rispetto al passato, anche grazie alla politica economica del Governo Lula. Nel Paese i nostri prodotti sono considerati di alta qualità, siamo leader nell'esportazione di alcuni tipi di macchi-

Importazioni di macchine utensili in Brasile (migliaia di dollari)

Paese di origine	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Germania	96.1	79.2	55.9	81.2	144.8	106.0	129.9
Italia	70.2	43.2	41.4	41.9	62.0	86.0	83.1
Giappone	78.8	42.2	57.6	61.0	75.0	68.9	100.5
Stati Uniti	42.4	31.7	31.3	23.9	30.1	50.9	58.7
Taiwan	17.0	12.0	10.9	21.3	41.7	44.6	79.5
Svizzera	26.9	22.8	20.4	31.9	40.4	35.0	39.3
Cina	4.4	2.5	2.0	7.1	19.8	32.0	58.7
Corea del Sud	4.6	1.4	2.7	6.7	9.0	13.9	23.5
Spagna	25.9	24.1	8.3	8.9	19.5	13.7	19.3
Belgio	5.5	2.5	3.5	4.9	9.5	8.5	3.3
Sub totale	371.9	261.7	234.0	288.7	451.8	459.5	595.8
Altri paesi	42.8	29.8	28.9	28.2	46.9	48.4	63.2
Totale	414.7	291.5	262.9	316.9	498.7	507.9	659.0

Fonte: Decax - Banco do Brasil e Ministero dell'Industria e del Commercio



ne e settori in cui i nostri operatori eccellono come quello automobilistico, aerospaziale, navale e dell'energia, sono in piena espansione. È anche vero che in Brasile si sta sviluppando una forte industria locale della macchina utensile, ma secondo le stime attuali ancora per molti anni le importazioni saranno fondamentali per la crescita industriale del Paese. Una minaccia più concreta arriva dall'esterno. Anche qui, infatti, le aziende italiane devono far fronte alla concorrenza tedesca e asiatica. In Brasile sono molto attivi ne-

gli ultimi anni i costruttori cinesi e taiwanesi che offrono macchine a basso costo e tecnologicamente semplici e le imprese locali che si trovano agli stadi iniziali dello sviluppo industriale prediligono questa tipologia di macchine. Tuttavia va anche sottolineato che il target dei costruttori italiani è ben differente e la modernizzazione dell'industria, qui come in Russia, consente molte opportunità per la produzione di qualità più elevata. Un freno per i nostri esportatori in Brasile è rappresentato dal notevole apprezzamento del-

l'euro. Questo processo ha frenato le importazioni dall'Europa. Tuttavia anche i principali concorrenti dei costruttori italiani, i tedeschi, hanno lo stesso problema, e fino a oggi hanno dimostrato di essere più competitivi e questo particolare non potrà essere trascurato dalle imprese della Penisola, anche se l'euro dovesse svalutarsi nei prossimi mesi nei confronti del dollaro. Fra l'altro in Brasile è concreto il problema degli elevati dazi doganali. Per i costruttori del Vecchio Continente diventa difficile rimanere concorrenziali



a fronte degli elevati costi connessi alla tassazione, soprattutto se le macchine hanno una produzione corrispondente locale. Una valida contromisura può essere quella di fornire ai clienti finanziamenti per pagamenti dilazionati nel tempo.

In molti casi gli acquirenti sono disposti a investire su macchine più costose a patto di ottenere condizioni di pagamento agevolate, anche se purtroppo al momento le banche italiane non offrono strumenti efficienti per quanto riguarda il mercato brasiliano.

L'ITALIA FA SISTEMA

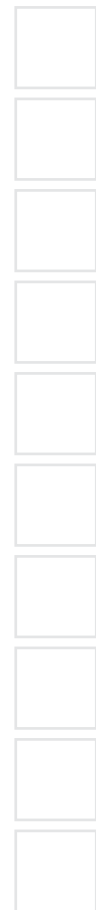
Brasile e Russia, insieme con India e Cina, rappresentano sistemi produttivi in espansione che di sicuro non hanno espresso tutte le loro potenzialità di crescita. Per conquistare quote di mercato le nostre imprese dovranno continuare il lavoro portato avanti fino a oggi, puntando su un'offerta di qualità in grado di competere con l'eccellenza mondiale e reggere la sfida dei prodotti a basso costo made in China.

Oltre a un presidio più attento sul territorio, alle attività di formazione dei tecnici per elevare le prestazioni di assistenza, avranno un ruolo sempre più importante le attività di promozione del made in Italy presso gli utilizzatori dei nostri prodotti. In questa direzione vanno gli interventi dell'Istituto Nazionale per il Commercio Estero che ha promosso missioni e workshop per presentare l'offerta del nostro Paese a gruppi selezionati di operatori. Sembra essere questa l'unica via per affrontare l'integrazione nell'economia globale, un processo che comporta problemi non indifferenti per le unità produttive meno strutturate come la maggioranza delle imprese italiane costruttrici di macchine utensili, robot e automazione. Ma si tratta di una partita che non si può perdere.

I mercati emergenti sembrano essere destinati a diventare decisivi per le aziende del settore e i dati sul primo semestre del 2008 diffusi da Ucima-Sistemi per produrre, associazione dei costruttori del comparto, non fa

che confermare questa tendenza. L'indice degli ordini di macchine utensili ha segnato un incremento dello 0,2% sullo stesso periodo dello scorso anno, ma questo timido incremento è stato determinato dal buon andamento degli ordinativi raccolti sul mercato estero, cresciuti del 4,9%. Se poi si analizza con più attenzione la domanda straniera, i dati elaborati dall'Istat riferiti ai primi tre mesi del 2008 danno un segnale forte, evidenziando un andamento a doppia velocità per le vendite dei costruttori italiani all'estero. Da un lato i tradizionali mercati di sbocco della nostra offerta sembrano rallentare gli investimenti (-6,2% le vendite in Germania, -11,5% negli Stati Uniti, -8,1% in Francia), dall'altro proprio Brasile e Russia, rispettivamente con un +93,7% e +23,1%, spingono sull'acceleratore, segno del buon lavoro fatto fino a oggi e incentivo per le imprese italiane a fare meglio in futuro.

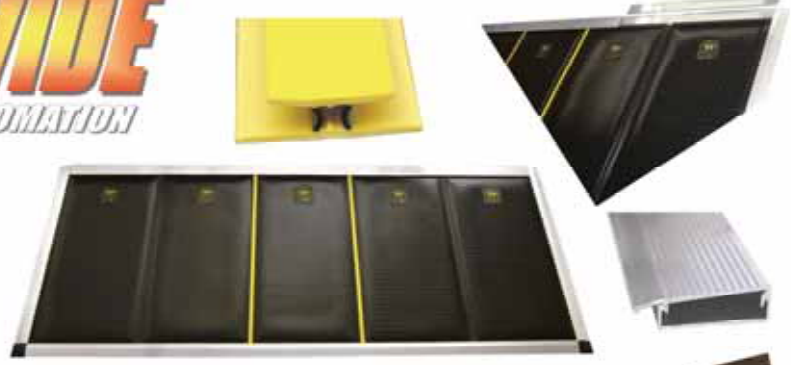
readerservice.it - Ucima n.51



Nuovi bumpers rivestiti e serigrafati



Tappeti sensibili disponibili a richiesta in diverse colorazioni



Freni e frizioni elettromagnetiche e ad isteresi
www.ogura-clutch.com

readerservice.it n.21953



Nuovo bordo sensibile Aria-stop

WIDE AUTOMATION Srl Via Malpasso, 1340 – San Giovanni in Marignano (RN)

Tel. +39 0541 827200 r.a. – Fax +39 0541 825021

www.wideautomation.com info@wideautomation.it