

Lo sguardo oltre la crisi

LUCA ROSSI

Alla fine dello scorso anno, il comparto del Fluid Power ha fatto registrare un buon recupero sulle perdite dell'anno precedente. Nelle previsioni, il 2011 dovrebbe confermare questo trend di crescita. E quindi fungere da volano alla ripresa degli investimenti. A *Progettare* ne parla Giorgio Beretta, presidente Assofluid

Dopo la grave crisi che ha colpito l'economia mondiale, in Italia il comparto del Fluid Power lo scorso anno ha recuperato fatturato e quote di mercato. Nelle previsioni, quest'anno dovrebbe vedere un recupero del 20-25% rispetto allo scorso anno. A *Progettare* ne parla Giorgio Beretta, presidente di Assofluid, l'associazione italiana dei costruttori e operatori del settore oleoidraulico e pneumatico. Con lui abbiamo analizzato le maggiori problematiche che interessano il settore: dalla ripresa degli investimenti all'aumento del costo delle materie prime, dalla concorrenza dei Paesi emergenti alle difficoltà per l'accesso al credito fino al tema delle aggregazioni societarie.

Presidente, secondo i dati che avete divulgato recentemente per le aziende italiane del comparto il 2010 si è chiuso con una crescita rispetto all'anno prima. Ci fornisce qualche dato?

"Il settore del Fluid Power in Italia ha registrato un buon recupero di

fatturato nel corso del 2010: tale risultato era abbastanza prevedibile dai dati di crescita riscontrati nei primi mesi dello scorso anno, in considerazione anche della grave crisi che ha colpito il nostro settore nel 2009. In generale possiamo affermare che la produzione nazionale è cresciuta più del consumo interno e che la crescita del 2010 ha già coperto parte delle perdite del 2009. In breve il comparto oleoidraulico è cresciuto del 43% in termini di produzione (raggiungendo la cifra di 1,8 miliardi di euro) e del 23% in termini di consegne interne (pari a un valore di circa 1 miliardo di euro), mentre il comparto pneumatico è cresciuto del 51% per la produzione e del 40% in termini di mercato interno (entrambe le voci valgono più di 500 milioni di euro ciascuna)".





Lo scorso anno la produzione del comparto oleoidraulico è cresciuta del 43%, quella del comparto pneumatico, del 51%.

Quali prospettive ci sono per il 2011?

“Noi tutti ci auguriamo nel 2011 una crescita che riesca a completare il recupero del fatturato dilapidato durante la crisi mondiale del 2009. Per far ciò il nostro settore dovrebbe aumentare nel corso di quest’anno di un ulteriore 20-25% rispetto al 2010 ed è quello che tutti noi auspichiamo”.

Prevede che molte aziende del Paese possano riprendere negli investimenti?

“Ritengo che ancora per qualche mese le aziende manterranno un profilo ‘prudente’ in termini di investimenti, in modo da poter valutare sia l’andamento dei primi mesi dell’anno che le possibili evoluzioni dei mercati. Comunque, per risultare costantemente competitivi a livello internazionale, è ormai indispensabile ragionare e operare in un’ottica di continui investimenti, non solo in macchinari o impianti, ma anche in ricerca e sviluppo, in formazione del personale e in azioni commerciali, e le aziende ne sono consapevoli”.

L’aumento dei costi delle materie prime, e un suo ulteriore possibile aumento, potrebbe portare delle conseguenze sui prezzi di vendita dei componenti?

“Sebbene i costi delle materie prime siano cresciuti nel corso del 2010 di ben oltre il 15%, al momento le nostre aziende prevedono incrementi sui prezzi di vendita inferiori a quelli intervenuti sui materiali di produzione. Ovviamente nei prossimi mesi andrà monitorato con attenzione il mercato delle materie prime, che negli ultimi tempi è diventato estremamente imprevedibile, soprattutto su alcune tipologie di materiali”.

Qual è la ricetta, se ve ne è una, per le aziende del nostro Paese per combattere sul mercato con i Paesi cosiddetti emergenti?

“Sicuramente l’investimento tecnologico, la capacità di penetrazione dei mercati esteri e la formazione del personale. Come detto poco fa, oggi non è pensabile di essere competitivi nel lungo periodo senza in-

vestire in ricerca e sviluppo al fine di trovare soluzioni e pacchetti applicativi in grado di offrire affidabilità, elevate prestazioni, risparmio energetico e lunga durata. Non investire in questi parametri, vorrà dire trovarsi a soccombere di fronte ad economie sempre più aggressive, che non hanno ancora però la qualità dei prodotti italiani. Questo implica necessariamente avere a disposizione sia fondi di investimento adeguati che un capitale umano estremamente preparato, in grado di affrontare le sfide future. Credo che questo non sia possibile senza un’adeguata formazione professionale a tutti i livelli. Quindi anche l’aspetto formativo deve essere considerato una variabile strategica fondamentale. Una grande innovazione in tutti i settori verrà inoltre data dalla necessità di adeguarsi alle disposizioni legislative sul risparmio energetico, cui tutti i comparti industriali dovranno fare i conti negli anni a venire, con conseguenti studi e applicazioni che porteranno novità anche



Da tempo Assofluid ha intrapreso un'azione mirata con presenze alle fiere di settore all'estero, per promuovere maggiormente il prodotto italiano nel mondo.

nella potenza fluida. Al giorno d'oggi infatti si sta diffondendo sempre più la cosiddetta Green Economy, caratterizzata da una particolare attenzione all'impatto ambientale. Penso che in Italia si debba dare maggiore risalto a questo argomento, il cui rispetto si tradurrà giocoforza in un maggiore valore commerciale del prodotto”.

La crisi ha portato con sé delle trasformazioni, per esempio nell'approccio dei committenti e anche nell'organizzazione delle aziende. Come ha cambiato il mercato questa crisi?

“Indubbiamente il prolungato periodo di crisi che abbiamo attraversato ha inciso sui rapporti aziendali sia esterni (cioè con fornitori e clienti) che interni (organizzazione e personale). Mai come ora, infatti, la fidelizzazione del cliente/fornitore e la fiducia tra le controparti, ha assunto un ruolo di garanzia imprescindibile ed indispensabile per sopravvivere. La crisi ha portato sconquasso, ma se si vuole vedere il bicchiere mezzo pieno, anche una inevitabile rivalutazione dei propri criteri

organizzativi e una conseguente selezione dei clienti/fornitori, e questo può essere un aspetto valutabile positivamente nel lungo periodo”.

Uno dei problemi che ancora rimane è la difficoltà di accesso al credito per le aziende. Come si può superare questo scoglio e quanto incide nella vita odierna delle aziende?

“Al momento attuale, per far fronte a questo importante problema per le aziende, è stato recentemente siglato un accordo tra Confindustria, il Ministero dell'Economia e delle Finanze, ABI (Associazione Bancaria Italiana) e le associazioni di rappresentanza delle imprese, volto a sostenere l'accesso al credito per le imprese stesse. In particolare, tale misura offre la possibilità alle aziende, che non abbiano già beneficiato della precedente moratoria, di richiedere la sospensione dei pagamenti, attraverso la proroga dell'Avviso Comune al 31 luglio 2011. Alle imprese che invece abbiano già beneficiato dell'Avviso e abbiano ripreso a pagare i debiti, è prevista la possibilità di allungare fino a tre anni la dura-

ta residua di tali finanziamenti, alleggerendo così i piani di ammortamento. Va inoltre ricordato che le banche, con questo accordo, si sono assunte l'impegno di concedere alle imprese che abbiano effettuato aumenti di capitale, finanziamenti pari a un multiplo degli aumenti di capitale stessi. Ritengo che questi tipi di accordo siano estremamente positivi, perché pongono delle condizioni necessarie per la ripresa economica ed evidenziano un rapporto più stretto e di fiducia tra banche e PMI”.

Le aziende italiane hanno dimensioni medie molto inferiori a quelle di molti competitor stranieri. Il tema dell'aggregazione come è sentito e ci sono iniziative in questo senso?

“Premettendo che il fattore dimensionale (cioè la grandezza di un'azienda) non sempre è sinonimo di efficienza e qualità, resta indubbio il fatto che le aziende italiane potrebbero avere ancora più successo a livello internazionale se attuassero forme di aggregazione, sempre più necessarie per affrontare i mercati



Assofluid è al fianco degli associati con servizi di natura statistica e tecnica fino a quelli formativi.



esteri. In tal senso Confindustria sta portando avanti il progetto delle Reti di Impresa, sostenuto da una legge nazionale (n. 122/2010 recante misure urgenti in materia di stabilizzazione finanziaria e di competitività economica), che caldeggia forme di aggregazione tra aziende, proprio per meglio affrontare le sfide che il mercato globale ormai richiede, anche se non è sempre facile far comprendere questo aspetto. Ciò non toglie che le imprese italiane rimangono comunque un'icona di qualità, affidabilità e sicurezza in diversi campi, ivi compreso quello del Fluid Power e mi sento di affermare che esse, pur con dimensioni medie inferiori ai concorrenti stranieri, sono ben radicate e consolidate sui mercati mondiali”.

Qual è il ruolo di una associazione come Assofluid nel supportare le aziende?

“Assofluid ha da tempo intrapreso un'azione mirata a incrementare la presenza alle fiere di settore all'estero, per promuovere maggiormente il prodotto italiano nel mondo: Assofluid ha aumentato sensi-

bilmente la propria presenza in quei Paesi ritenuti più interessanti dal punto di vista commerciale e da quello dello sviluppo economico. Negli ultimi anni l'associazione ha presenziato alle fiere di interesse in Cina, Germania, India, Russia, Stati Uniti e Turchia.

La partecipazione avviene tramite l'organizzazione di collettive associative (realizzate in occasione dell'Hannover Messe e della Ifpe a Las Vegas) oppure in collaborazione con ICE e Promos, al fine di valorizzare ancora di più la presenza italiana alle manifestazioni.

Ci sono poi tutta una serie di iniziative e servizi, a favore dei soci, a supporto delle attività lavorative aziendali quotidiane, che vanno dai servizi di natura statistica a quella tecnica, dai promozionali a quelli di informazione, senza tralasciare le diverse convenzioni in atto e le ulteriori opportunità derivanti dall'essere iscritti al mondo confindustriale. Non ultima, e ci tengo a sottolinearlo, è l'attività che Assofluid ha intrapreso nel campo della formazione e diffusione del sapere scientifico in ambito oleoidraulico. È con

questo spirito che è stato avviato, in collaborazione con il Cetop (Comitato Europeo per le Trasmissioni Oleoidrauliche e Pneumatiche), il progetto formazione che, ad oggi, ha portato alla certificazione in Italia di alcuni centri specializzati per l'insegnamento e alla certificazione, con relativo attestato di qualifica, di una ventina di persone. Ritengo infatti che, mai come oggi, la specializzazione possa essere un valore aggiunto assolutamente indispensabile per porsi sul mercato del lavoro, a maggior ragione in un settore come il nostro, sempre all'avanguardia e che offre notevoli possibilità di miglioramento e sviluppo. Penso che anche questa, al pari delle attività svolte con Confindustria, sia un sostegno importante offerto alle aziende associate”.

Cosa rappresenta per l'industria italiana del settore l'appuntamento della Hannover Messe?

“È inutile nascondere che l'Hannover Messe rappresenta la fiera per eccellenza nel settore del Fluid Power.

È un modello di riferimento in grado di offrire una vetrina espositiva mondiale, oltre che un punto di ritrovo dei più importanti operatori del nostro mercato. Non scordiamoci che la Germania è uno dei Paesi leader nel mondo, nonché il principale Paese partner dell'Italia, per quanto concerne la potenza fluida ed è anche per questo motivo che l'Italia è in assoluto il Paese estero con il maggior numero di espositori a questa manifestazione. Essere presenti significa quindi rafforzare ancor di più il valore del Made in Italy per tutte le aziende oleoidrauliche e pneumatiche, avendo nel contempo un riscontro diretto con i maggiori competitor, anche a livello internazionale”.