

Parola di presidente

ANTONELLA PELLEGRINI

L'andamento del mercato nazionale e mondiale del Fluid Power, uno sguardo ai trend tecnologici e al mondo associativo secondo un punto di osservazione privilegiato, quello di Amadio Bolzani, presidente di Assofluid

Lo scorso anno l'industria italiana ha risentito in modo consistente della contrazione della domanda interna e sia i consumi sia gli investimenti si sono attestati su valori piuttosto bassi. Vi sono però dei settori che hanno chiuso con risultati positivi, come il mondo della Potenza Fluid, che si accinge ad affrontare le sfide del futuro puntando, come ha sempre fatto, su internazionalizzazione, tecnologia e attraverso diverse attività. In primis, in campo formativo, ma anche cercando di promuovere l'eccellenza del prodotto Made in Italy. Ne parliamo con Amadio Bolzani, presidente di Assofluid.

Presidente, dalle ultime indagini Congiunturali redatte da Assofluid, il mercato del Fluid Power in Italia sembra aver finalmente intrapreso la strada della ripresa. Ci scatta una fotografia del settore?

"Il Fluid Power in Italia nel 2013 ha avuto un andamento positivo per la pneu-

matica e leggermente negativo per il comparto oleoidraulico. Alla fine dell'anno appena trascorso, il settore della Potenza Fluida in Italia si attesterebbe intorno a 1,8 miliardi di euro per il Mercato nazionale (+1,2% rispetto al 2012) e a 2,8 miliardi di euro per la Produzione nazionale (+0,7% rispetto al 2012)".

Si intravede una certa discrepanza tra i risultati ottenuti nell'ambito dell'oleoidraulica e quello della pneumatica...

"Sì, nell'anno appena concluso il comparto pneumatico ha avuto prestazioni migliori rispetto al comparto oleoidraulico. Sul fronte interno la crescita delle vendite di prodotti pneumatici ha fatto





registrare un +5,7% rispetto all'anno precedente; per l'oleoidraulica si è assistito ad un calo dello 0,8%. Anche in termini di produzione i risultati sono stati molto simili: pneumatica +6% rispetto al 2012, oleoidraulica -0,7%".

L'export sembra essere ancora una volta il motore trainante. Come sta andando il mercato interno?

"In questo quinquennio di crisi e difficoltà economiche generalizzate per il nostro Paese, l'export è senza dubbio stato un traino per il nostro settore. Nell'anno appena trascorso però si è assistito a un'inversione di tendenza: l'export per la prima volta ha frenato (-1,2% rispetto al 2012), mentre sono stati i consumi interni ad avere una discreta ripresa".

Le aziende italiane si trovano a operare con un fardello più pesante rispetto ai loro competitor. Ci riferiamo agli alti costi dell'energia, al costo del lavoro, tanti per citarne alcuni. Quali sono le

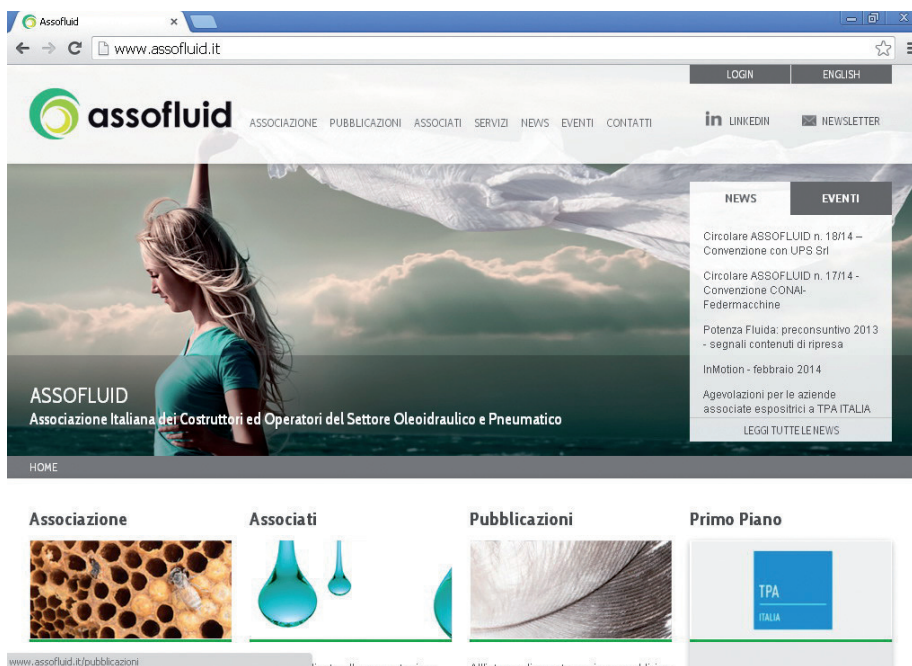
priorità che le istituzioni dovrebbero affrontare per aiutare le imprese?

"Le associazioni imprenditoriali in questi anni hanno fatto la loro parte per supportare le aziende nell'affrontare la difficile crisi economica, ma è davvero giunto il momento in cui le istituzioni politiche e governative si assumano le proprie responsabilità e rimuovano, insieme, gli ostacoli fiscali e burocratici che frenano la ripresa della produzione industriale, già in atto in altri Paesi d'Europa e del Mondo. Ritengo che in primo luogo debbano sostenere efficacemente i processi di internazionalizzazione delle aziende, semplificando la burocrazia e il sistema fiscale, finanziando adeguatamente la formazione e la ricerca. Occorre inoltre porre una particolare attenzione alle PMI, che sono il tessuto imprenditoriale su cui poggia l'industria manifatturiera italiana. Sia per la copertura economica di queste richieste, sia per altre importanti misure a livello industriale si può far

riferimento al documento presentato lo scorso anno da Confindustria ai principali rappresentanti politici: 'Il progetto Confindustria per l'Italia: crescere si può, si deve'. Va inoltre posta all'attenzione della politica e in particolare del governo, la necessità di operare sempre più intensamente con le istituzioni dell'Unione Europea per sensibilizzare la BCE verso una politica monetaria più favorevole al Made in Europe, attualmente penalizzato dal cambio sfavorevole con le principali monete, prima fra tutte il dollaro".

E sul fronte tecnologico? Oggi si parla molto di eco-design, di soluzioni a risparmio energetico e di una sempre maggiore integrazione dell'elettronica. Cosa altro occorre, per affrontare i competitor stranieri?

"È risaputo che la struttura industriale italiana è composta da oltre il 95% di Piccole Medie Imprese, una realtà molto diversa da quella della Germania dove esistono realtà aziendali con di-



Da sinistra: il sito Assofluid, il presidente Bolzani insieme al commissario europeo Tajani e uno stand dell'associazione in una fiera.

mensioni più grandi. Questo comporta debolezza su alcuni fattori competitivi, quali ad esempio gli investimenti in ricerca e sviluppo e la capacità di aggredire i mercati esteri. Nel contempo però possediamo specifiche qualità che ci portano ad essere apprezzati nel mercato mondiale, quali la flessibilità, l'attenzione al cliente, la capacità di inventare, la capacità di risolvere i problemi in modo personalizzato; insomma il Made in Italy è ancora molto apprezzato e riconosciuto (e non solo in settori come l'alta moda) e abbiamo le capacità e le competenze necessarie affinché questa situazione si rafforzi sempre più in futuro, ma nel contempo è indispensabile che le PMI siano supportate, con adeguati strumenti, dal sistema Paese. Ritengo che alle aziende italiane del nostro settore, in questo momento non manchino né la tecnologia né i prodotti, ma una adeguata serie di investimenti nella ricerca e una efficace comunicazione che non può però prescindere da una costante loro presenza agli eventi internazionali. Ci dovrebbe inoltre essere una maggior attenzione da parte

degli organi di stampa nazionali, al ruolo importante ricoperto dalla potenza fluida nell'economia, ma anche una maggior coesione delle aziende, in qualche caso ancorate ad una visione individualista e conservatrice, un po' diffidente verso alcune iniziative associative nazionali ed internazionali. Le associazioni imprenditoriali, come Assofluid, da sempre si adoperano per creare uno spirito forte e unitario, attraverso diverse attività sia in campo formativo che in quello promozionale dell'eccellenza dei nostri prodotti".

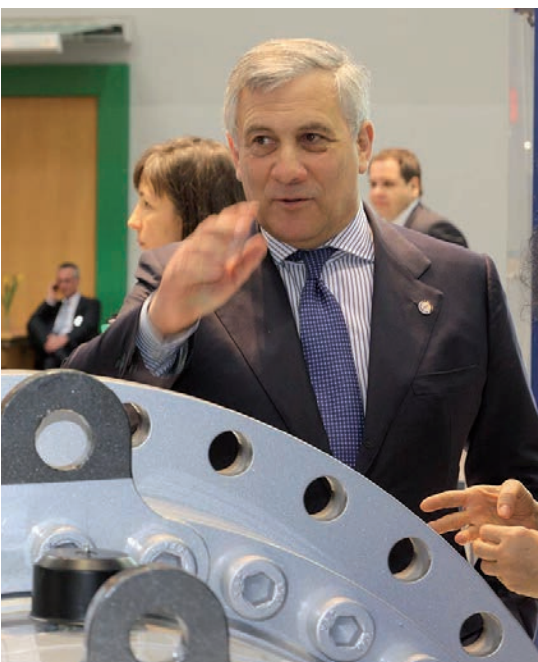
Parliamo dell'Associazione. Assofluid è molto vicina alle imprese. Che cosa è stato fatto quest'anno per promuovere la tecnologia?

"Prima di tutto ricordiamoci che, per quanto concerne il comparto della potenza fluida, le imprese italiane esportano circa il 65% della propria produzione e ciò significa che le nostre aziende sono già molto orientate verso i mercati esteri e con un notevole successo. Per questo motivo Assofluid ha sempre perseguito una forte politica di 'internazionalizzazione', con la

presenza alle più importanti fiere di settore, anche attraverso l'organizzazione di collettive associative, al fine di poter rappresentare e diffondere sempre più la realtà industriale italiana e in particolare quella dei nostri associati. Negli ultimi anni abbiamo perciò presenziato costantemente alle fiere di settore in Cina, Germania, India, Russia, Stati Uniti e Turchia. Ovviamente molto ancora può e deve essere fatto, soprattutto nei Paesi a più alto tasso di crescita industriale, dove diverse opportunità si stanno aprendo per coloro che saranno in grado di sfruttarle. In questo contesto diventa però fondamentale il supporto degli enti pubblici a ciò preposti, in primis l'ICE, per un'adeguata promozione del Made in Italy, ma anche di Simest e Sace, che offrono strumenti indispensabili per poter affrontare i mercati più lontani e difficili".

Assofluid e il mondo dei giovani, la scuola e le Università. Che cosa è stato fatto e quali sono i progetti futuri?

"Proprio in virtù del continuo sviluppo tecnologico in corso, ritengo che oggi sia impensabile poter essere competitivi nel lungo periodo senza investire



in ricerca e sviluppo, al fine di trovare soluzioni innovative in grado di offrire affidabilità, elevate prestazioni, risparmio energetico e lunga durata, a prezzi competitivi. Questo implica necessariamente avere a disposizione un capitale umano estremamente preparato, in grado di affrontare le sfide future. Ecco quindi che diventa fondamentale la formazione professionale a tutti i livelli. A tale scopo Assofluid ha da tempo avviato, in collaborazione con il Cetop - Comitato Europeo delle Trasmissioni Oleoidrauliche e Pneumatiche - il progetto di incentivazione della formazione in ambito oleoidraulico e pneumatico, basato non sulla sola conoscenza ma anche sulla competenza pratica, che ha portato alla certificazione in Italia di 9 Centri di eccellenza per l'insegnamento e la qualifica, secondo gli standard europei del Cetop, dei tecnici del settore. Finora sono state certificati circa 200 tecnici. Considero questo un traguardo davvero importante e uno dei servizi offerti a valore aggiunto, assolutamente indispensabile ai giovani, per proporsi nel mercato del lavoro, a maggior ragione in un settore come il nostro, sempre all'avanguardia, che

richiede specifiche capacità tecnologiche e di innovazione. Ricordo inoltre il Bando tesi di laurea Assofluid, giunto quest'anno alla sua 19a edizione, concorso al quale possono partecipare neo laureati e laureandi in discipline sia tecniche che economico/commerciali, la cui tesi di laurea riguardi il settore della oleoidraulica o della pneumatica. Sempre a livello di collaborazione con le università, ricordo la settima edizione del Master universitario in Oleodinamica, che si svolge presso la Facoltà di Ingegneria dell'Università di Modena e Reggio Emilia, in collaborazione con Imamoter-CNR e DemoCenter-Sipe, con il patrocinio di Assofluid e FederUnacoma".

Infine, TPA. Che cosa vi aspettate da questa nuova manifestazione fieristica e come è stata l'adesione dei vostri associati?

"TPA Italia è stata appositamente creata e studiata per dare, ai nostri associati soprattutto, ma anche a tutte le aziende del settore delle trasmissioni di potenza e dell'automazione in generale, una vetrina di prestigio mondiale, con l'intento di creare una fiera/evento che rappresenti in tutto e

per tutto il prestigio e la vitalità che tale comparto dell'industria italiana riveste nell'economia. Per questo sono stati scelti partner di assoluta e comprovata competenza ed affidabilità, come Hannover Fairs International e Fiera Milano. In questo modo si è entrati nel circuito mondiale delle fiere MDA e di conseguenza le aspettative sono giustamente elevate. A mio avviso, l'adesione, seppur soddisfacente, non è ancora ai livelli che una vetrina così importante necessiterebbe. Siamo il quinto mercato al mondo nel settore della potenza fluida e, paradossalmente, l'unico Paese in cui una fiera specializzata di settore non riesce, diversamente da quanto accade in altri Paesi, a coinvolgere i propri operatori in modo totale e coeso. Nonostante questo, sono abbastanza soddisfatto delle adesioni. Di sicuro sarà un evento innovativo sotto ogni punto di vista, in grado di soddisfare le esigenze di tutti i partecipanti ed operatori, e di rafforzare anche in molte aziende non presenti, la validità di una futura loro presenza in questa vetrina internazionale delle eccellenze mondiali del settore, dove l'Italia ha un ruolo di primaria importanza".