Capital

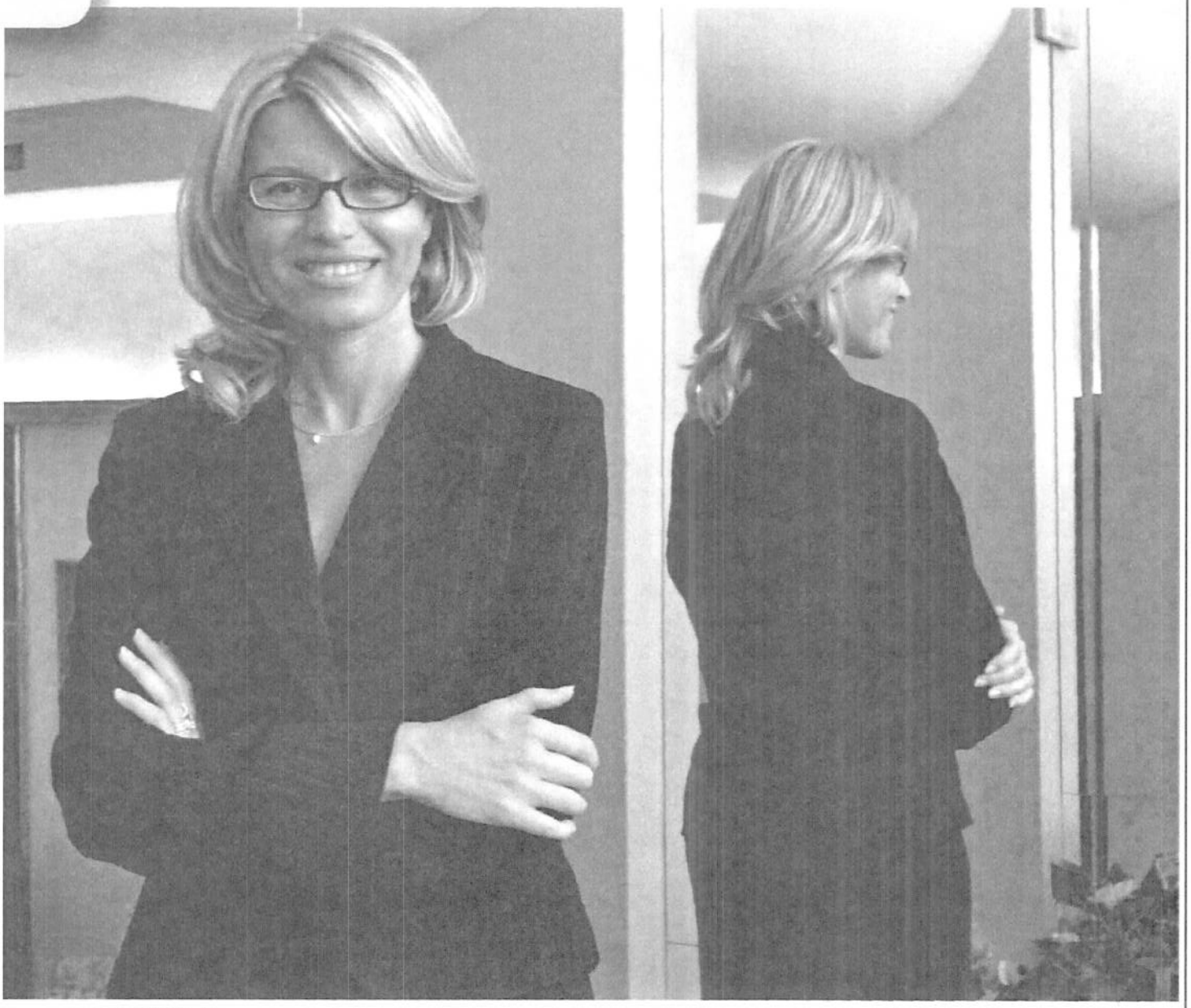
Data 05-2011
Pagina 102/08
Foglio 1 / 5

www.ecostampa.it

TERRITORI FERTILI

La Motor Valley accelera verso Est

Anna Maria Artoni, 43 anni. Vicepresidente dell'omonimo gruppo logistico, è anche presidente di **Confindustria Emilia Romagna**



060982

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

EDISON 30/FONDAZIONE e/o COOP.

Capital

Data 05-2011
Pagina 102/08
Foglio 2 / 5

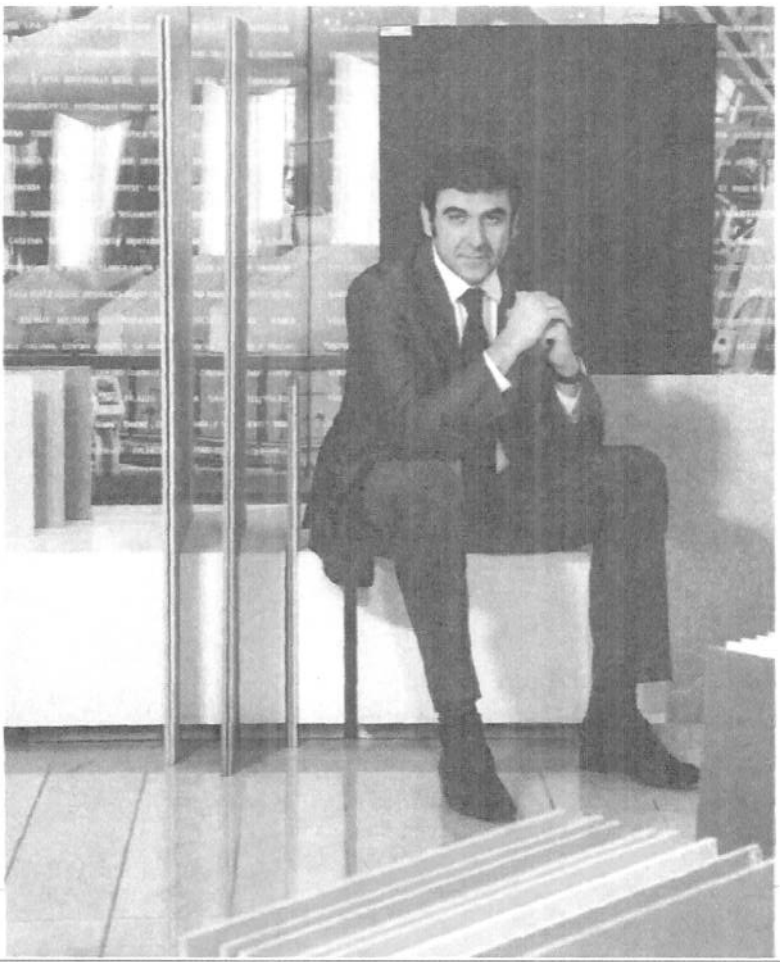
www.ecostampa.it

Spingere sull'export, continuare a investire in **ricerca e sviluppo**, *entrare nei mercati asiatici senza delocalizzare. Così le eccellenze industriali dell'***Emilia Romagna** *stanno battendo la crisi* | **Andrea Nicoletti**

RICOMINCIA A CORRERE la locomotiva Emila Romagna. Anzi, continua a farlo. Perché è dal 2010 che gli indicatori economici sono tornati positivi. Un dato su tutti: l'anno si è chiuso con il pil in rialzo dell'1,5%, rispetto all'1% della media nazionale. Segni positivi. E se la vera ripresa, secondo l'assessore alle attività produttive, **Gian Carlo Muzzarelli**, avverrà solo nel 2012, questo è però l'anno che prepara il terreno. Secondo **Andrea Zanlari**, presidente regionale di Unioncamere, nel 2011 la crescita ci sarà, anche se contenuta. Più prudente invece la presidente di Confindustria Emilia Romagna **Anna Maria Artoni**, secondo la quale è vero che l'economia regionale ha ricominciato a macinare, ma la ripresa sarebbe ancora insufficiente a recuperare il terreno perduto.

Non tutte le imprese corrono alla stessa velocità: le migliori sono già in ripresa, altre arrancano. Ma le eccellenze in regione non mancano, e sono molti i poli produttivi che hanno chiuso l'anno con un incremento delle loro esportazioni. Come quello dei prodotti lattiero-caseari di Parma, +40% secondo l'indice della Fondazione Edison, oppure delle macchine di impiego generale di Reggio Emilia (+29,4%), le piastrelle di Sassuolo (+6,9%). Chiusura d'anno scoppiettante per il distretto di Maranello, do- ▸▸

© REMO CASILLI / BLACKARCHIVES



In basso, **Graziano Verdi**, 52 anni, presidente e amministratore delegato di **GranitiFiandre**.

060982

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

EDISON 30/FONDAZIONE e/o COOP.

www.ecostampa.it

ve l'export delle auto sportive ha segnato un +50,3%.

Le imprese a tutto gas

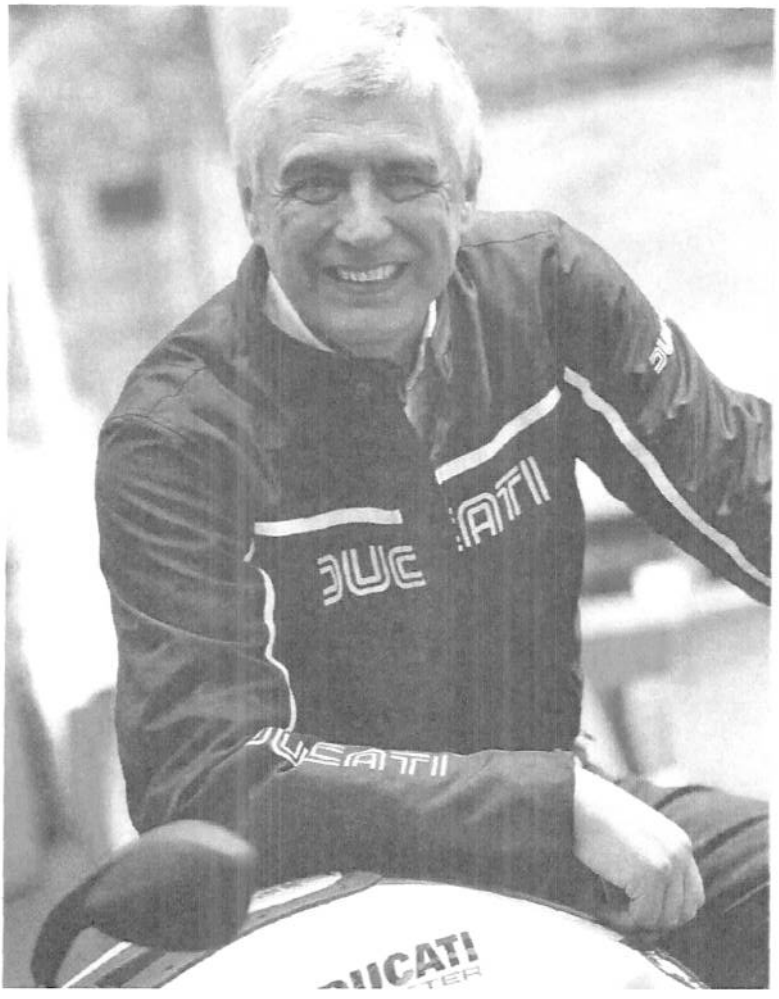
È nel triangolo tra Bologna, Modena e Maranello che si concentrano marchi leggendari come Ducati, Ferrari, Lamborghini, Malaguti, Maserati, Morini. E poi ancora Pagani, Bimota, Dallara e Toro Rosso. Eccellenze industriali fondate su tecnologia all'avanguardia, design e innovazione, che muovono un indotto fatto di tante piccole e medie imprese. Chi conosce bene la MotorValley romagnola dice che la differenza fra questo distretto e quelli sparsi nel mondo è una sola: altrove si fabbricano auto e moto, qui si costruiscono sogni. Che poi si traducono in numeri: nel volume d'affari, l'export conta per l'80% circa, metà in Europa e metà nel resto del mondo.

I buoni risultati del 2010 hanno spinto Ducati a pensare a un nuovo, più grande stabilimento: aprirà nel 2013. E sarà a Bologna, perché il numero uno di Ducati Motor Holding, **Gabriele Del Torchio**, ha deciso che devono restare qui «il cuore, la mente e le mani» della Rossa a due ruote. Partirà invece dalla Cina la sfida ai mercati emergenti: quest'anno Del Torchio punta a raddoppiare le vendite in Asia, anche grazie ai tre nuovi negozi che presto si aggiungeranno a quelli di Pechino e Shanghai. Ed entro il 2015 tutte le moto destinate a Cina e India verranno prodotte nello stabilimento thailandese, che entrerà presto in funzione.

Livrea nera anche nei bilanci **Ferrari**, che staccherà una cedola di 200 milioni per i suoi soci. I numeri lo permettono: il fatturato 2010 è aumentato del 7,9%, salendo a 1.919 milioni di euro, con un utile pari a 303 milioni. Record di vendite per il Cavallino grazie alle 6.573 vetture consegnate (+5,4% sul 2009), alla crescita in Asia (+43% in Cina) e alla ripresa di Stati Uniti e Canada, il primo mercato della casa di Maranello con una quota del 26% di vendite. Intanto, le prenotazioni della prima Rossa a quattro ruote motrici hanno già superato la quota di produzione prevista per il primo anno: 800 vetture.

La forza della ceramica

Si concentra nelle province di Modena e Reggio Emilia, Imola e Faenza la più alta percentuale di produzione di ceramiche, con un valore che sfiora l'81% di quella nazionale: più di 150 imprese, oltre alle attività produttive e di servizio legate alla filiera, e 21mila dipendenti. Si tratta di un distretto integrato in quanto, accanto ai produttori di piastrelle di ceramica e materiali refrattari, operano i fornitori di tecnologia e automazione per il settore, società di logistica e di servizi. Fra queste, il cosiddetto terzo fuoco: i laboratori specializzati nella progettazione e realizzazione di decori per piastrella. È qui il cuore dell'industria italiana della ceramica, che ha rallentato anche a causa dello stop del mercato immobiliare. Ma ora si riparte. E se la concorrenza cinese e spagnola, indiana e brasiliana rende difficile mantenere il primato della produzione, quello dell'innovazione è indiscusso. A proteggerlo, aziende come GranitiFiandre di Castellarano, multinazionale con stabilimenti anche in Germania e Stati Uniti che, puntando sul grès porcellanato di qualità, ha collezionato successi in oltre cento paesi nel mondo. «La costante propensione all'innovazione di prodotto è da sempre la chiave del nostro successo», dice **Graziano Verdi**, presidente e amministratore di GranitiFiandre nonché ad di Iris Ceramica. ▸▸



In basso, **Gabriele Del Torchio**, presidente di Ducati Motor Holding

060982

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

EDISON 30/FONDAZIONE e/o COOP.

www.ecostampa.it

«E grazie alla ricerca oggi possiamo offrire, partendo dagli stessi elementi naturali, lastre realmente alternative ai marmi e ai graniti di cava, ma con standard tecnici ampiamente superiori». Con un impegno particolare verso la sostenibilità, come nella lastra di nuova generazione Active che contribuisce a purificare l'aria e a rendere più salubri e igienici pavimenti e rivestimenti. Un'innovazione che l'azienda sta lanciando in tutto il mondo. «L'attenzione per l'ambiente è uno dei valori fondanti della nostra filosofia: significa non solo un ciclo produttivo sempre più ecosostenibile, ma anche innovazioni di prodotto volte al benessere della persona».

Export e ricerca, mix vincente

L'Emilia Romagna è tra le prime regioni italiane per pil, occupazione ed export, ed è la sesta area manifatturiera d'Europa, con oltre 130mila imprese, che nel 2010 hanno aumentato la produzione del 4,2% e il fatturato del 3,8%, in controtendenza rispetto al trend negativo riscontrato l'anno precedente. L'analisi congiunturale di Unioncamere e Confindustria evidenzia una crescita media produttiva su base annua dell'1,7%, poco rispetto alle flessioni del 14,1 e 1,5% durante la crisi del 2009 e 2008. «Sul futuro», spiega Anna Maria Artoni, «pesano un quadro di forte incertezza, l'incremento record dei prezzi di materie prime ed energia così come l'incognita rappresentata dagli sconvolgimenti in alcuni paesi produttori di questi beni».

Le imprese, però, non si danno per vinte e cercano la strada per il rilancio: che si tratti di moda o packaging, di ingegneria o elettromeccanica, il comune denominatore è il raggiungimento dell'efficienza operativa e l'investimento in ricerca e sviluppo. Ducati Energia opta per la multilocalizzazione produttiva oltre confine e in Argentina produce per il mercato sudamericano, in Croazia realizza la parte meccanica e in Romania quella elettrotecnica, mentre in India produce la parte meccanica delle due ruote. Il gruppo dell'ad **Guidalberto Guidi** continua a investire in ricerca: 22 milioni negli ultimi cinque anni, con budget in crescita.

Internazionalizzare senza delocalizzare è anche l'impegno di **Sira Group**, tra i leader mondiali nella produzione di radiatori per riscaldamento in alluminio. Con un primato: a oggi è l'unica azienda europea del settore ad avere stabilimenti produttivi in Cina. Grazie alla visione internazionale quasi pionieristica del suo presidente **Valerio Gruppioni**, 53 anni e bolognese doc: «Abbiamo scelto la Cina come piattaforma strategica di sviluppo per il nostro futuro. Ci interessa il mercato interno e poniamo una particolare attenzione anche a quelli limitrofi. Questi due progetti industriali hanno fatto sì che il nostro gruppo si internazionalizzasse per tempo rispetto al periodo di crisi che ha investito il mondo intero, consentendoci di trovarci ben posizionati nel momento del forte impatto della crisi sull'equilibrio economico mondiale». L'imprenditore, fra l'altro, è l'unico a far parte del comitato governativo cinese per il controllo delle aziende produttrici di radiatori in alluminio, «cosa non da poco per uno straniero». In questo modo Gruppioni è riuscito a stringere forti legami con il governo ospitante. E consiglia: «Per affrontare il disagio economico degli ultimi anni, bisogna continuare a investire».

Il **gruppo Meccaferri**, invece, diversifica e si concentra sulle opportunità del mercato dell'energia e delle biotecnologie, dismettendo le attività meno strategiche. Per il ▸▸

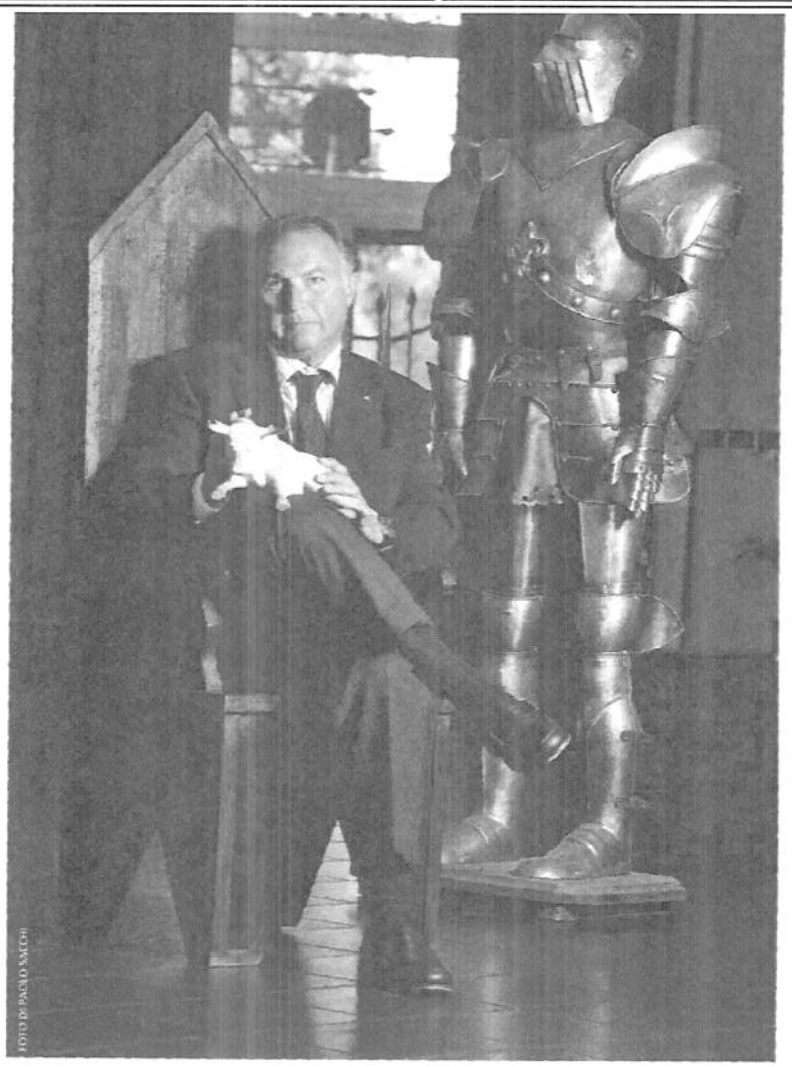


FOTO DI PAOLO SACCHI

Sopra, **Tonino Lamborghini**. Guida un gruppo con un giro d'affari di 210 milioni di euro

060982

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

EDISON 30/FONDAZIONE e/o COOP.

www.ecostampa.it

colosso guidato da **Gaetano Maccaferri**, presidente anche di **Seci Energia**, un certo grado di diversificazione, dall'ingegneria ambientale e meccanica all'energia, alle biotecnologie, al tabacco e al real estate, è quindi funzionale per superare i momenti difficili e chiudere sempre i bilanci in positivo: 1,1 miliardi di euro l'ultimo fatturato. Insomma, settori diversi, strategie differenti, ma obiettivi comuni: efficienza e innovazione.

Il sistema moda, desing e innovazione

Reggio Emilia, Rimini e Carpi: si concentra qui la magior parte delle 13mila piccole e medie imprese del sistema moda emiliano-romagnolo. Si tratta del terzo settore manifatturiero della regione per numero di addetti, dopo il metalmeccanico e l'alimentare, e per valore delle esportazioni. Fonda la propria competitività sulla qualità e il design, le specializzazioni territoriali, i grandi marchi, la capacità di penetrare i mercati internazionali con i propri prodotti. Un comparto strategico nel quale operano grandi aziende, come Aeffe (210 milioni di ricavi consolidati nel 2010), leggi Alberta Ferretti, Moschino, Pollini e JP Gaultier, oppue Gilmar Divisione Industrie, Fuzzi, Massimo Rebecchi, Teddy, Gruppo Terranova, Interfashion Group e Stefanel.

In alcuni territori, la tradizione è diventata distretto: è il caso di Carpi, nel Modenese, con oltre 8mila addetti distribuiti in più di 1.483 imprese, per un fatturato annuo che sfiora il miliardo di euro, di cui il 37% destinato all'export. Un'alta concentrazione si rileva anche a Bologna e Reggio Emilia, dove la moda è il terzo settore industriale per addetti (7mila), produzione e aziende (1.600), fra le quali alcuni dei più importanti gruppi industriali del settore, come Max Mara. Il sistema moda in Emilia Romagna rappresenta un tassello importante nell'economia regionale. L'alta qualità del made in Italy deriva prima di tutto dal design e dallo styling: creativi di razza lavorano al servizio delle imprese che fabbricano prodotti tessili e di abbigliamento, scarpe, gioielli, accessori e orologi. Caso esemplare il **gruppo Tonino Lamborghini**, marchio nato nel 1981 e dedicato agli accessori di lusso, che reinterpreta i valori e la simbologia della famiglia. «Nella mia officina di progettazione creativa, all'interno del cinquecentesco Palazzo del Vignola», racconta il presidente **Tonino Lamborghini**, a capo di un gruppo con un giro d'affari di 210 milioni di euro e oltre 15mila punti vendita distribuiti in tutto il mondo, «designer e collaboratori mi aiutano a sviluppare un universo coordinato di stile che porta il mio nome e si ispira a un mondo meccanico, fatto di passione e velocità, come vuole la tradizione della nostra terra di motori».

Quando Enzo mise in scacco l'America

Nel 1964, a 66 anni, Enzo Ferrari era l'italiano più famoso nel mondo. A un passo da un accordo storico con Henry Ford II, l'uomo di Maranello non firmò, innescando la guerra più lunga e spettacolare di tutta la storia delle corse automobilistiche. La partita coinvolse anche l'avvocato Agnelli, che cercava di portare Ferrari definitivamente al suo fianco. Dietro ai due generali, l'Emiliano e l'Americano, due stili di management diversi. Enzo non ammetteva errori e si fidava solo di pochi collaboratori. «La sfortuna», era solito dire, «è solo l'insieme delle cose che non si sono potute o sapute prevedere». Henry invece militarizzò l'azienda del nonno per farla uscire dalla crisi. «Lo scontro era titanico da entrambe le parti, anche se Ferrari e Ford si muovevano con stili diversi», racconta a *Capital* Paolo Marasca, che nel libro *Ferrari contro Ford. La Guerra dei quattro anni 1964-1967* (The V12 Motor Company, pagg. 240, 35 euro) ha ricostruito minuziosamente la lotta tra i due capitani d'industria.

In basso, **Valerio Gruppioni**, presidente e ad di **Sira Group**, gli stabilimenti produttivi a Tianjin, in Cina.

060982

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

EDISON 30/FONDAZIONE e/o COOP.