

Industria**I DISTRETTI 20 ANNI DOPO****Rubinetti del Cusio
Qualità e design
per battere i falsi**

Prosegue il viaggio nei distretti del made in Italy, vent'anni dopo la prima inchiesta del Sole 24 Ore. Oggi i riflettori sono puntati sul polo piemontese della rubinetteria. San Maurizio D'Opaglio, sponda orientale del Lago d'Orta è la capitale del distretto del Cusio, tra

Novara e Vco. I primi problemi per il distretto sono iniziati dopo il 2000: la concorrenza dell'Estremo Oriente si è avvantaggiata del dumping valutario e i picchi raggiunti dal dollaro hanno penalizzato i produttori italiani, abbattendo i margini. Oggi il

distretto si è riposizionato, giocando tutto sull'innovazione e sulla qualità del made in Italy. La sfida, a questo punto, è allargare l'orizzonte e puntare dritto ai nuovi mercati emergenti.

pag. 35

Più qualità e design per arginare i cinesi

Le Pmi del comparto della trasformazione dell'ottone si aggrappano al made in Italy per scongiurare la crisi

22 I rubinetti del Cusio

Il polo piemontese soffre la concorrenza dell'Estremo Oriente
Il primo trimestre 2012 ha fatto segnare un calo del 5,8%

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Secondo i dati di Intesa Sanpaolo il punto debole del cluster sta nella scarsa presenza sui mercati emergenti: solo il 5,6% dell'export è nei Bric

Filomena Greco

SAN MAURIZIO D'OPAGLIO (NO). Dal nostro inviato

Centoquaranta aziende che producono rubinetti e valvolame in un paesino da 3.300 anime, dove tutti lavorano nel settore. Una monocultura produttiva quasi da manuale, che fa di San Maurizio D'Opaglio, sponda orientale del Lago d'Orta, la capitale del distretto dei rubinetti del Cusio, tra Novara e il Vco. Insieme ai "cugini" della Valsesia, rappresenta il più grande polo mondiale di trasformazione dell'ottone, con un fatturato aggregato di quasi 2 miliardi e il 15% del mercato mondiale delle esportazioni. Si comincia da Borgomanero, con Caleffi, su fino a Gozzano, con Zucchetti, e poi lungo la sponda del lago, Pettinaroli, Frattini, Huber, Cimberio, Fantini, Giacomini solo alcuni dei marchi.

Qui le aziende sono nate a fianco alle case, a partire dagli anni Cinquanta. Le zone indu-

striali le hanno costruite dopo, per accogliere gli ampliamenti degli stabilimenti e delle produzioni. «Negli anni Novanta il vento tirava al massimo e la concorrenza del Far East, non aveva intaccato le aziende» racconta Savino Rizzio, presidente dell'Avr, l'associazione di categoria dei produttori, dal 1990 al 2000 e oggi presidente onorario. I problemi sono cominciati dopo, a partire dal Duemila e poi con l'euro. «La concorrenza cinese si è avvantaggiata del dumping valutario e i picchi raggiunti dal dollaro ci hanno penalizzato, la clientela non ce li ha riconosciuti e così abbiamo perso margini». La crisi si è avvitata «e le difficoltà non sono ancora finite». Il 2012 - primo trimestre - si è aperto con un calo della produzione del 5,8% per il manifatturiero novarese, un calo che quasi raddoppia, -11%, considerando la sola rubinetteria, che ha fatto registrare una contrazione dei fatturati (-8,3%) e degli ordini, anche se, come lasciano trapelare dalla Camera di commercio di Novara, i dati del secondo trimestre sono in miglioramento.

Le difficoltà non sono ancora finite, dunque. Nelle pagine del Sole 24 Ore di vent'anni fa, la rubinetteria del Cusio è un polo florido, con 300 aziende e mille miliardi di lire di



fatturato. All'epoca l'export pesava per metà della produzione, oggi ne assorbe circa i due terzi. Poi, come racconta il direttore dell'Unione industriale del Vco, Mauro Caminito, è arrivata la divisione delle due province con i casalinghi rimasti in provincia di Verbania e la rubinetteria rimasta nel Novarese. Oggi il distretto si è riposizionato, giocandosi tutto sull'innovazione e la qualità del made in Italy. La sfida ora è allargare l'orizzonte è puntare dritto ai nuovi mercati. «Dal 2005 al 2008 la produzione ha rallentato – ricostruisce Remo Travaini, a capo della Gattoni di Alzo di Pella, confine nord del distretto, 60 addetti 10 milioni di fatturato – e gli operatori hanno frenato gli investimenti. Molti hanno cominciato a comprare componenti dal Far East e questo ha incrinato la logica del distretto e impoverito le professionalità sul territorio». Dagli anni Novanta a oggi si sono ridotti i lotti di produzione, «di dieci volte», dice Travaini. «È rimasto sul mercato soltanto chi ha accettato la sfida e ha rilanciato sul made in Italy – continua – investendo in qualità e design». Investire non per produrre di più, aggiunge, ma meglio e in maniera flessibile rispetto alle richieste, «come fossimo un sarto, ma dei rubinetti» sorride Travaini. E proprio come un sarto Gattoni vestirà un corpo lavabo, grazie all'aiuto di tre designer, Marco Piva, Luca Scacchetti e Pietro Gaeta, «da proporre in tre versioni diverse e interscambiabili. L'idea è rendere il design sempre più fruibile, sfruttando il nostro know-how tecnologico». Investire è una parola centrale nelle analisi. Lo sanno bene alla Carlo Nobili Rubinetterie, 63,6 milioni di ricavi e oltre 240 addetti, azienda guidata da Alberto Nobili: «La continua ricerca sul prodotto rappresenta l'unico modo per aggredire il mercato». La scelta della Carlo Nobili Rubinetterie è chiara: 60 milioni di investimenti in 5 anni per internalizzare i processi produttivi e garantire all'azienda – che, tra le ultime acquisizioni, ha assunto il controllo della storica Rubinetteria Stella – tra le più alte percentuali di robotizzazione. «Siamo stati tra i primi a dotarci di una macchina di prototizzazione rapida» aggiunge Nobili, e la rapidità nel rispondere alle richieste del mercato è un tratto distintivo della Nobili con un listino che, tra 2011 e 2012, ha registrato oltre 200 nuovi modelli, tutti rigorosamente made in Italy.

«Una volta bastava l'innovazione di processo, eravamo strutturati a fare bene – riprende Rizzio – oggi bisogna puntare sull'innovazione di prodotto, il design, la ricercatezza. Ma anche questo non basta, perché l'innovazione deve riguardare anche il marketing e la rete commerciale». Su questo in pochi hanno dubbi. Un distretto votato all'export come quello della rubinetteria piemontese deve strutturarsi a guardare oltre i

confini europei, parola di un nome importante delle valvole quale Cimberio, 200 addetti, 50 milioni di ricavi: «Il nostro fatturato è al 90-95% fatto all'estero – spiega il presidente Renzo Cimberio – e nel 2012 registriamo un calo dai mercati tradizionali, tutti stanno soffrendo e settembre è un'incognita». Il «vero» export, come lo definisce Rizzio, «è oltre Europa e Usa, bisogna agganciare le economie più ruggenti e strutturare le reti commerciali». Finito, da un bel pezzo il tempo dell'imprenditore che parte, in Germania o Francia, con la valigia del suo campionario. Una tendenza raccontata nell'analisi dell'export novarese nel primo trimestre 2012 della Fondazione **Edison**, da cui emerge un calo dello 0,4% sul 2011 contro una crescita media della provincia del 5,2%. Con una contrazione, in particolare, dei flussi verso Uk (-20,5%) e Svizzera (-26,6%) mentre tengono Francia e Germania. Le esportazioni verso i paesi emergenti, osserva la fondazione, pesano per circa il 20 per cento. Ancora residuale il valore dell'export verso i Brics: 9,9 milioni nel primo trimestre dell'anno.

Secondo l'Osservatorio del Monitor distretti di Intesa Sanpaolo, il punto debole della rubinetteria del Cusio sta tutto nell'ancora debole presenza sui mercati emergenti: solo il 5,6% dell'export nel 2011, ad esempio, sono state dirette verso Brasile, Russia, India, Cina, Hong Kong. Una quota troppo bassa, una lacuna da colmare. «È un ritardo che le imprese del distretto devono recuperare» spiega Giovanni Foresti, economista del servizio Studi dell'Osservatorio. Rispetto ai concorrenti-partner di Lumezzane (Bs), i novaresi restano un passo indietro, soprattutto rispetto al mercato russo: «I produttori lombardi – scorre le cifre Foresti – si attestano a quota 4% di export destinato ai mercati russi, in Piemonte si scende al 2,5». Stesso discorso vale per il mercato polacco, spiega ancora Foresti, dove i produttori lombardi esportano il 3,5% della quota export mentre i piemontesi si fermano all'1,6. Numeri che fanno vedere a Foresti il bicchiere mezzo pieno: «le aziende hanno opportunità ancora da sfruttare». Da queste parti poi spesso la Cina ha rappresentato la minaccia sul mercato, il paese che produce a basso costo e penalizza i locali. Per certi versi, un mito da sfatare: «Da uno studio realizzato per capire quanto pesa la concorrenza cinese – riprende Foresti – emerge che l'Italia si è difesa sul mercato e lo ha fatto meglio rispetto ad altri competitor come, ad esempio, Giappone, Usa, Francia». Certo, ci siamo difesi peggio dei tedeschi, ma comunque il made in Italy nella rubinetteria è riuscito a limitare l'avanzata cinese. Merito dell'innovazione, e del posizionamento nell'alto di gamma. «L'Italia ha aumentato le sue quote di mercato proprio nei prodotti di alta fascia di prezzo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**ELETTRONICA AL DEBUTTO**

Monitor touch screen e display digitali per i nuovi miscelatori

Tre anni di ricerca per sviluppare un progetto tutto centrato sullo sviluppo e l'applicazione dell'elettronica nel settore delle rubinetterie. Con queste premesse è nato in casa della Fima Carlo Frattini di Briga Novarese – 60 addetti, fatturato a quota 15 milioni, un export che pesa per il 60% – Nomos, il sistema sviluppato dalla Fima che permette di gestire erogazione dell'acqua e temperatura attraverso un sistema elettronico, grazie all'aiuto di un display digitale. Una tecnologia touch screen per regolare le varie funzioni d'uso.

«Abbiamo brevettato questo sistema di gestione dell'acqua – spiega Roberto Fiorindo, general manager dell'azienda – che rappresenta un'avanguardia di mercato nel settore della domotica».

Un'avanguardia che trova maggiore sensibilità sui mercati esteri, spiega Fiorindo, piuttosto che sul mercato domestico. «In Italia soluzioni di questo tipo trovano spazio soltanto nelle suite di alberghi prestigiosi – spiega il general manager – mentre all'estero il mercato è più attento a un prodotto che permette di gestire i consumi in maniera intelligente e attenta al tema del risparmio della risorsa acqua».

F. Gre.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL RATING DEL SOLE



Il punteggio

Attraverso una griglia di 12 variabili ciascun distretto è definito nei suoi punti di forza e di debolezza. Valduggia resiste grazie alla filiera locale, alla flessibilità e alla forte spinta dell'export. Dimensioni e produttività i limiti.

IL GIUDIZIO



PUNTI DI FORZA

1

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Il polo delle rubinetterie di Cusio-Valsesia detiene, nel complesso, il 15% dell'export mondiale del settore. La quota di export delle imprese del distretto supera il 60%. L'Italia, secondo la Fondazione Edison, è prima esportatrice di rubinetti e valvole

ALTA

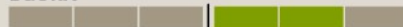


2

OCCUPAZIONE

Tra impiegati diretti e indotto, il settore dei rubinetti del Cusio occupa, secondo le stime dell'Unione industriale di Novara, circa 29mila addetti. Da segnalare il caso di San Maurizio D'Opaglio, esempio di monocultura industriale

BUONA

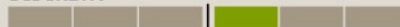


3

CAPACITÀ COMMERCIALE

Nell'area novarese del distretto sono presenti i marchi storici della rubinetteria italiana, segno che il tessuto produttivo è riuscito a mantenere negli anni le sue eccellenze e una riconoscibilità a livello internazionale

DISCRETA



PUNTI DI DEBOLEZZA

1

PRODUZIONE

Come rivela la Camera di commercio di Novara, il primo trimestre dell'anno ha registrato nel settore della rubinetteria un calo della produzione dell'11%, un dato che conferma il trend negativo dell'anno scorso per il comparto

BASSA



2

CAPACITÀ DI FARE RETE

Le imprese della rubinetteria del Cusio, nate negli anni Cinquanta e affermatesi a livello mondiale fanno poca esperienza di messa in rete di tecnologie, innovazione e processi produttivi. Esperienze come il consorzio Ruvaris rappresentano una eccezione

SCARSA



3

ALLEANZE STRATEGICHE

La mancanza di una strategia comune delle aziende del distretto del Cusio le penalizza soprattutto sui mercati emergenti, dove la capacità di allearsi delle Pmi risulta fondamentale. La quota di export verso i Bric's, ad esempio, è soltanto del 5,6%

INSUFFICIENTE





Leadership in bilico. Insieme ai "cugini" della Valsesia, il distretto dei rubinetti del Cusio rappresenta il più grande polo mondiale della trasformazione dell'ottone, con un fatturato aggregato di quasi 2 miliardi e il 15% del mercato delle esportazioni. Oggi il distretto si è riposizionato, giocandosi tutto sull'innovazione e sulla qualità del made in Italy. La sfida dei protagonisti, a questo punto, è allargare l'orizzonte e puntare direttamente sui nuovi mercati emergenti ancora inesplorati. Nel frattempo i numeri più recenti non sono confortanti, con una contrazione dei flussi, in particolare, verso Uk e Svizzera.

