

ATTUALITÀ

di Lara Morandotti

Anima

Il piano d'azione proposto da Anima

Ecco da dove si può ripartire



Il convegno Anima 2013, il consueto e prestigioso appuntamento della meccanica italiana ha lo scopo di fare il punto della situazione e gettare spunti di riflessione per l'industria del domani

Nonostante gli scenari non incoraggianti i punti di forza ci sono e occorre puntare proprio su quelli, ovvero eccellenza dei prodotti italiani ed egemonia della manifattura nazionale

Profonda recessione, ripresa non così imminente e un export che da solo non basta più a risollevarci il fatturato delle aziende italiane. È questo lo scenario non certo roseo, emerso dal convegno Anima 2013 che si è svolto a Milano lo scorso marzo, il consueto e prestigioso appuntamento della meccanica italiana che ha lo scopo di fare il punto della situazione e gettare spunti di riflessione per l'industria del domani.

I punti di forza

Nonostante una premessa del genere, iniziamo però con uno spiraglio di luce. Infatti, i punti di forza ci sono e occorre puntare proprio su quelli, ovvero eccellenza dei prodotti italiani ed egemonia della manifattura nazionale.

"Il Made in Italy per antonomasia è diventato la meccanica italiana, il vero pilastro competitivo della manifatturiera italiana". Que-

ste le importanti parole di Marco Fortis, Vice Presidente di Fondazione Edison. "Da uno studio del Prof. Mattei, docente dell'università di Ferrara e di SDA Bocconi, - fa sapere Andrea Orlando, Direttore Generale Federazione Anima - l'analisi dei bilanci di oltre 700 aziende associate ad Anima evidenzia che, nonostante il periodo di crisi, c'è una certa tenuta economica e finanziaria. La competitività delle aziende è legata al costo del lavoro e in Italia abbiamo un cuneo fiscale eccessivo".

L'export

La crisi del mercato interno è placata soltanto dalla forza delle esportazioni, nel 2009 era pari al 50% del fatturato complessivo, oggi siamo al 56%, pari a oltre 23 miliardi di euro. "Ma si tratta solo di un'attenuazione, poiché - ammette Andrea Orlando - la crisi del mercato in-

ITALIA VS GERMANIA

"I Paesi esteri pensano che l'Italia non sia competitiva. Questa opinione è distorta e non veritiera a causa della nostra cronica incapacità di comunicare e dall'immagine negativa del nostro Governo, ormai da molto tempo. Ma i dati reali dicono tutt'altro - prosegue Marco Fortis, Vice Presidente di Fondazione Edison - e dimostrano che le nostre aziende sono molto competitive e funzionano".

Da una ricerca Edison effettuata su 4.000 prodotti, è emersa l'esistenza di un attivo commerciale su 2.018 di questi, al terzo posto in una classifica di respiro europeo. E l'Italia batte la Germania in 1.215 prodotti.

"La Germania è potente e prepotente, in Unione Europea esporta il 60% e la sua grande forza risiede nella finanza. Il nostro Paese - prosegue Sandro Bonomi, Presidente Anima - non ha ancora capito che il mercato italiano oggi è l'Europa. Questo è un aspetto culturale da cambiare, una nuova visione che permette nuove opportunità".

terno è giunta a dimensioni tali che l'export, da solo, non basta più". Un dato molto interessante e che offre spunti di riflessione è relativo ai Paesi di esportazione. Infatti, sono diventati importanti per l'industria ed il commercio italiano alcuni stati "inaspettati", come l'Azerbaijan e la Nigeria, meta di grandi quantità di prodotti Made in Italy. Che sia arrivato il momento di guardarsi bene in giro, anche oltre quei luoghi "classici" di export italiano?

La manifattura

"La meccanica rappresenta sempre di più il pilastro del nuovo Made in Italy. Il nostro Paese ne ha bisogno non solo per l'export, ma anche per il mercato interno, sempre più incrinato da una drastica diminuzione dei consumi e della domanda interna". Queste le parole di Marco Fortis che prosegue con positività: "Il settore industriale italiano è competitivo. L'Italia è uno dei soli cinque Paesi del G-20, con Cina, Germania, Giappone e Corea, ad avere un surplus commerciale strutturale con l'estero per i manufatti".

In effetti, la manifattura italiana è la seconda d'Europa e la quinta al mondo per valore aggiunto e, per il Trade Performance Index UNCTAD-WTO, anche nel 2011 l'Italia si è confermata come il secondo Paese più competitivo al mondo nel commercio estero dopo la Germania. Nel 2012 l'Italia ha fatto inoltre registrare il più alto attivo manifatturiero della sua storia con 94 miliardi di euro.

"Purtroppo - conclude Fortis - l'i-



Marco Fortis, Vice Presidente di Fondazione Edison



Andrea Orlando, Direttore Generale di Anima



Sandro Bonomi, Presidente di Anima

7 PUNTI DA CUI RICOMINCIARE

Presentato dal Presidente Bonomi, il documento "Anima per l'Italia, un percorso per lo sviluppo che meritiamo", ha lo scopo di indirizzare il governo verso un risollevarlo che possa dare al nostro Paese una maggiore competitività del lavoro, minori contributi sociali ed una incisiva internalizzazione delle industrie italiane. Insomma, far ripartire la meccanica.

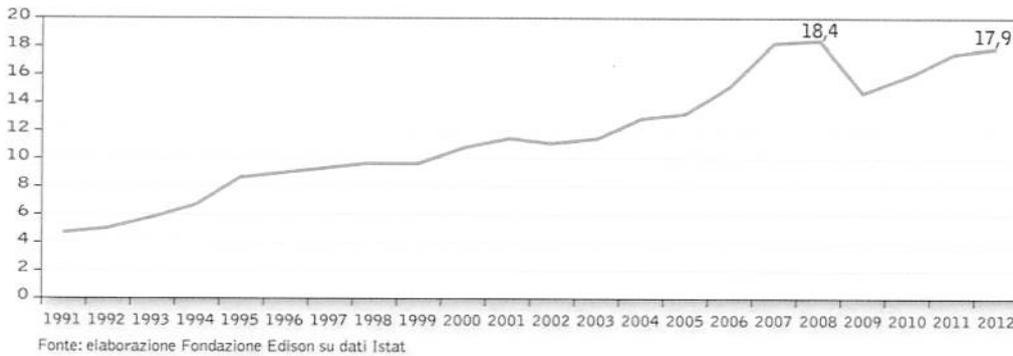
- 1** Aumentare le esportazioni. Raggiungere nel medio periodo un incremento annuo dell'export pari al 9% e cogliere tutte le opportunità di Expo 2015 per promuovere le produzioni e le tecnologie italiane nel mondo.
- 2** Per crescere in modo concreto, stabile e duraturo. Sono necessari investimenti per la modernizzazione dell'attuale parco macchine da produzione. Tra le strategie c'è quella di targare le tecnologie industriali per assicurare l'introduzione di macchinari che rispondano ai requisiti minimi di efficienza e di sicurezza previsti dalle Direttive UE.
- 3** Per l'efficienza energetica e lo sviluppo delle rinnovabili termiche. La SEN, Strategia Energetica Nazionale, presentata dai Ministri Passera e Cini è un utile strumento di riflessione che manca però di decreti attuativi che la rendano effettiva. È significativo anche l'avvio del Conto Energia Termico, con la possibilità di cumulare gli incentivi per gli utilizzatori di tecnologie che uniscano la sommatoria di Rinnovabili ed Efficienza Energetica.
- 4** Stimolare la collaborazione nelle filiere italiane. Tra le grandi imprese appaltatrici che lavorano all'estero e le imprese fornitrici meccaniche italiane, per rilanciare il Made in Italy.
- 5** Investire sul controllo del mercato. Per impedire che vengano commercializzati prodotti industriali che solo apparentemente sono conformi alle norme.
- 6** Made in per la Meccanica. Introdurre la denominazione obbligatoria dell'origine dei prodotti, soprattutto per quelli in ingresso nella UE, sul modello statunitense per esempio, che vige senza problemi da oltre mezzo secolo, senza che questo abbia mai creato problemi al WTO, e riportare la manifattura al centro delle politiche Europee per arrivare a rappresentare entro il 2020 il 20% del PIL europeo, come annunciato dal Presidente Barroso.
- 7** I titolari di gare d'appalto nazionali non hanno una sufficiente attenzione alla qualità delle forniture meccaniche. Occorre sollecitare i controlli di mercato e l'attività dell'autorità di vigilanza.

ATTUALITÀ

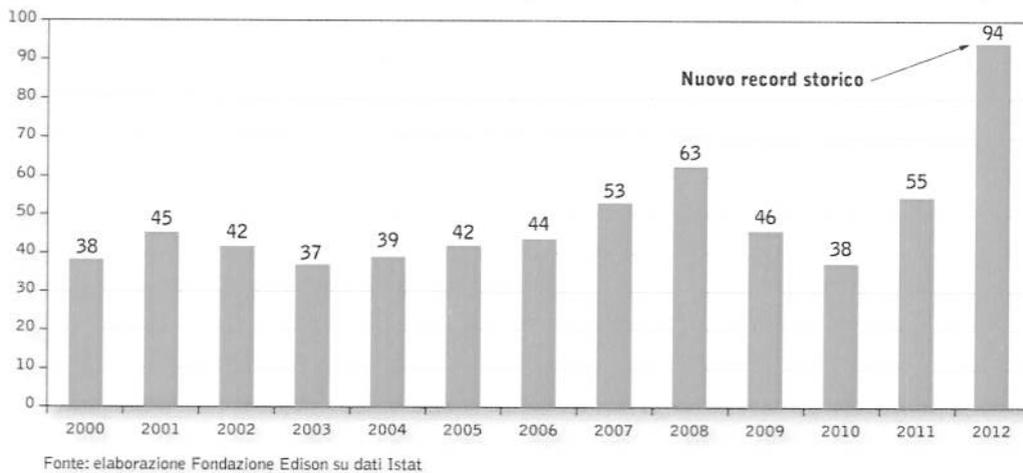
Anima

www.ecostampa.it

La dinamica dell'export italiano di prodotti in metallo (miliardi di euro)



Il surplus del commercio con l'estero di prodotti manifatturieri (miliardi di euro)



talia ha molte inefficienze a livello politico, istituzionale, burocratico ed infrastrutturale che penalizzano le imprese. E questa situazione politica incerta del nostro governo non agevola di certo la ripresa delle nostre aziende”.

Consuntivo e previsioni

I sei macrosettori che fanno parte di Anima, molto diversi fra loro per merceologie, hanno avuto nel 2012 trend molto differenti. In generale, Anima ha chiuso il 2012 con un valore della produzione di 41,4 miliardi di euro, corretto al ribasso del -0,8% rispetto al dato previsionale formulato a luglio 2012, già in leggero calo rispetto all'anno precedente.

Le esportazioni, pari a oltre 23 miliardi di euro, corrispondono al

56% del fatturato complessivo. L'export ha assunto negli ultimi quattro anni un'importanza sempre maggiore passando da 20,5 a oltre 23 miliardi di euro con un incremento del 12% nel periodo considerato. Nelle previsioni 2013 il trend negativo non pare arrestarsi poiché si stima un -0,4%.

Anche per gli investimenti si è rilevato un andamento negativo nel 2012 a causa del valore registrato pari a -0,5%. Le previsioni 2013 non vanno poi meglio con il -0,3%. Con riferimento ai dati di commercio estero, i Paesi dell'UE si confermano complessivamente i primi destinatari della produzione del comparto, restringendosi di poco (40% anziché 44%) a favore di Asia, Americhe e Paesi extra UE.

© RIPRODUZIONE RISERVATA