

MADE IN ITALY

RAPPORTI

Il Sole **24 ORE**

Martedì 30 Marzo 2010
www.ilsol24ore.com

Direttore responsabile
Gianni Riotta

Caporedattore
Laura La Posta

Hi-tech siciliano. A Riesi componenti per i sonar della Marina americana ▶ pagina 3

A casa dei tedeschi. Ora la pasta italiana non si mangia solo al ristorante ▶ pagina 4



Supplemento al numero odierno del Sole 24 Ore - Poste Italiane Sped. in A.p. - D.L. 353/2003 conv. L. 46/2004, art. 1, c.1, Dch Milano

IL NUOVO «MADE IN»
La Guida e il testo della legge
Insero estraibile

The Event is back.



Salone Internazionale del Mobile
Eurocucina, Salone Internazionale dei Mobili per Cucina
Salone Internazionale del Bagno
Salone Internazionale del Complemento d'Arredo
SaloneSatellite

Fiera Milano, Rho, 14/19.04.2010

Comit spa
Foro Buonaparte 65 +39 02725941 www.comit.it
20121 Milano, Italia +39 0289011563 fax e-mail info@comit.it

Scenari. Come entrare nei mercati in crescita? Taranzano (Distretti): con aggregazioni e web - Oggi il summit del Sole 24 Ore

Se la rete fa l'export

Liscia (Netcomm): in un decennio online il 10% delle vendite all'estero

di **Marco Mancini**

Giovanni Battaglin da Marostica (Vicenza), campione di ciclismo classe 1951, non ha mai smesso di pedalare. Perché il produttore di biciclette ha iniziato a farlo un anno dopo aver raggiunto il culmine della carriera con il trionfo alla Vuelta di Spagna e al Giro d'Italia del 1981. Da settembre 2007 ha cambiato strategia per scalare le montagne che gli riserva la vita da imprenditore, passando alla vendita solo online (o in fabbrica). «Siamo soddisfatti di questa scelta - dice - Il pagamento è anticipato o con finanziamento, non abbiamo più il problema insoluto».

Battaglin, in azienda una ventina di persone in tutto, lavora nel distretto veneto della bici. L'estero (dove la vendita online passa per i distributori) pesa per il 30% dei ricavi. La scelta del web, idea del figlio Alessandro, per il presidente della Federazione distretti italiani, Valter Taranzano, è uno dei due fenomeni emergenti per chi vuole arrivare là dove la crescita c'è e quindi in mercati più lontani dei tradizionali. L'altra strada è mettersi insieme «per fare massa critica». E di vie di rilancio per il sistema Italia si parlerà al summit sul made in Italy del Sole 24 Ore da oggi a Milano, in coincidenza con l'uscita di questo rapporto che tenta di cogliere alcuni segnali che arrivano dai mercati esteri.

Una ripresa piccola piccola

"Rete", nel doppio significato di aggregazione di pmi e di internet, può essere una parola chiave del made in Italy post-crisi? Forse. Intanto il presente fa i conti con una ripresa piccola piccola, che non compensa i danni del 2009. A gennaio, se non fosse stato proprio per quei mercati lontani, le esportazioni non avrebbero raccolto neanche uno striminzito +1% su base annua. Con una crescita del 4,7% (+2,3% la stima per febbraio) l'export nei paesi extra-Ue fa invertire rotta dopo 15 mesi di flessioni, mentre nei paesi Ue c'è ancora il segno meno (-1,4%). E questo dopo un 2009 in cui le esportazioni hanno perso oltre un quinto in valore: circa 79 miliardi.

Per Sace l'export italiano crescerà del 3,4% nel 2010 e del 7,4% nel 2011. Basterà? Gli economisti del monitor dei distretti di Intesa San Paolo, di fronte al -22% delle esportazioni distrettuali, dicono che «nella migliore delle ipotesi solo un terzo delle perdite accusate nel 2009 potrà essere riassorbito nel 2010». Secondo Taranzano po-

trebbero servire quattro, cinque anni per tornare ai volumi pre-crisi. E questo con ripercussioni immediate. «Le aziende - spiega - si sono rese conto che devono tarare il loro break even su un 20-30% in meno. Ciò inevitabilmente porterà a problemi occupazionali».

Imprenditori nel guado

«Io vedo un 2010 difficilissimo. Guardando i carichi a inizio anno c'è un profondo rosso dal punto di vista del backlog» dice il presidente dell'associazione Energia di Anie Claudio Andrea Gemme, che confida nel fotovoltaico. Per il presidente di Ucima-sistemi per produrre (macchine utensili) Giancarlo Losma «l'anno scorso è stato il peggiore della nostra sto-

DIMENSIONE D'IMPRESA

Secondo l'economista Quadrio Curzio innovazione e qualità restano cruciali, ma bisogna anche puntare su accorpamenti di aziende

CONNESSI E INFORMATI

Internet utilizzata per avere notizie prima di comprare. Liscia: «Social network, blog e forum piatte di influenza e partecipazione all'acquisto»

ria. I primi due mesi 2010 mostrano deboli segnali di ripresa, più sul mercato estero che su quello interno. «Noi i segnali di ripresa non li stiamo vedendo - afferma il presidente di Federlegno-arredo Rosario Messina, deluso dall'ultimo decreto incentivi - Abbiamo avuto un +2% di raccolta ordini a gennaio, febbraio piatto, ma c'è un dato drammatico: la cassa integrazione è aumentata dell'8,5% a gennaio e del 9,4% a febbraio».

I mercati che «tirano»

Parlando con gli imprenditori la sensazione prevalente è di essere ancora dentro una battaglia per la sopravvivenza e la "ripartenza". «Se non riusciamo a fare aumentare le nostre esportazioni non crescerà nemmeno il pil» dice il vice ministro allo Sviluppo economico Adolfo Urso. E aggiunge: «Stiamo lavorando con Sace, Cassa depositi e prestiti e Simest per migliorare l'offerta sul piano finanziario, creditizio e assicurativo».

Ma come si torna a correre? E soprattutto verso dove? «L'area che tratterà la ripresa è quella asiatica» osserva Alessandro Ter-

zulli, senior economist Sace, che parla anche di Indonesia oltre che di Cina e India. Senza dimenticare l'America latina e in particolare il Brasile. «Basti pensare - dice Terzulli - all'esigenza di sviluppo infrastrutturale in vista dei Mondiali di calcio 2014 e delle Olimpiadi 2016». «Oltre a Cina, India e Brasile si spera nel risveglio della Russia - sottolinea per il proprio settore il segretario generale di Federmacchine Alfredo Mariotti - Ovviamente aumentare di un punto percentuale in Germania è meglio che farne 10 in più in Cina perché si parte da cifre diverse». «Per l'agroalimentare io vedo molto bene gli Usa» dice l'economista Alberto Quadrio Curzio, che nel post-crisi giudica ancora cruciali per il made in Italy qualità e innovazione, ma anche gli accorpamenti di aziende.

«Fare massa critica»

«Occorre la dimensione d'impresa - dice Quadrio Curzio -. I distretti ci salveranno nella misura in cui al centro di un distretto ci sono una o più aziende del quarto capitalismo, che costituiscono i nodi delle reti». E la crescita dimensionale resta nel mirino del made in Italy "nascolato" delle macchine utensili, universo di pmi che esporta il 55-60% del prodotto. «L'Ucima - dice Losma - sta portando avanti il concetto di aggregazione tra aziende, aggregazione a livello societario ma anche per obiettivi». Taranzano torna a parlare di distretti. «Il distretto ha una sua valenza che sta nel riuscire a fare accordi anche informali e collaborare. L'export è aumentato nei paesi emergenti, vuol dire che sistema manifatturiero e distretti si sono spostati laggù e che si sono evoluti per far fronte a questa nuova esigenza. L'aggregazione è fondamentale». E per il presidente dell'Ice Umberto Vattani il made in Italy resta «un brand internazionale molto apprezzato» e che «si è ampliato nella sua capacità di raggiungere nuovi consumatori».

I messaggi di internet

Rete come aggregazione di imprese, rete come internet. Secondo stime di Netcomm-Politecnico di Milano le vendite all'estero dei siti di e-commerce italiani (turismo incluso) nel 2009 sono aumentate del 9%, sfiorando i 1950 milioni. Cifre ancora poco pesanti, ma segnalano una tendenza. Così come le indicazioni che arrivano da aziende che operano sul web.

Continua ▶ pagina 5

Da Vipiteno al Tamil Nadu



La meccanica dalle funivie alle pale

Qual è il nesso tra un produttore di funivie di Vipiteno e il Tamil Nadu, Stato nel sud dell'India caldo e piatto come il mare su cui è affacciato? La risposta è: «Una joint venture per produrre impianti eolici all'avanguardia». I soci sono la Leitwind, società del gruppo Leitner Technologies che reimpiega nel mondo delle pale un'expertise acquisita negli impianti di risalita, e l'indiana Shriram. In ballo c'è un mercato, quello indiano, in cui il consumo di energia elettrica

cresce del 16% all'anno e un continente, l'Asia, che guarda con interesse crescente alle fonti rinnovabili. Ma per il ceo di Leitwind Anton Seeber in questa alleanza italo-indiana c'è di più: «I nostri soci credono come noi che un'impresa debba innanzitutto contribuire a migliorare la società». Innovazione e valori. Il made in Italy 2.0 può ripartire da qui (nella foto il generatore eolico da 1.5 MW consegnato da Leitwind a Vancouver, in Canada, con una torre alta 65 metri). (ma.mas.)

Economia verde. Extravergine made in Perugia in monodosi per le prime classi di linee aeree estere

Vola l'olio a zero emissioni

di **Guido Romeo**

Atissima qualità, ma zero emissioni. È questa, in una battuta, la sintesi degli oltre 10 anni di lavoro di Lorenzo Fasola, che da qualche settimana può vantarsi di dirigere la prima azienda agricola italiana, e certamente una delle prime al mondo, a zero emissioni di gas serra secondo le certificazioni Iso 14064 della Dnv.

L'azienda Monte Vibiano, a 15 minuti da Perugia, oggi fattura circa 7 milioni da olio e vino. Tra i prodotti di punta circa 5 mila bottiglie l'anno di olio fresco e subi-

to surgelato destinato alla ristorazione di qualità. In parte è anche confezionato in monodosi di vetro destinate alle prime classi di linee aeree tra cui Sas, British Airways, Lufthansa ed Emirates. La particolarità dell'olio dell'azienda perugina è una spremitura a freddo tra 21 e 24 °C (invece dei 28 imposti per legge) delle olive raccolte in giornata, ed esclusivamente tra ottobre e novembre, quando la concentrazione di polifenoli è massima. L'olio fresco viene poi immediatamente surgelato per fermare l'ossidazione e conservare intatto il gusto finché non viene consumato.

«Annulare le nostre emissioni di gas serra è un sogno che abbiamo cominciato a rincorrere nel 1998 e nel quale abbiamo investito oltre 7 milioni, ma che è iniziato più di 50 anni fa quando prima mio nonno e poi mio padre, pur senza conoscere i problemi dell'effetto serra, hanno ripopolato i boschi dei nostri terreni - spiega Fasola, che a 38 anni è il più anziano dei quasi 70 dipendenti a vario titolo dell'azienda di famiglia -, ma non si tratta di fare beneficenza perché l'azienda deve poter esistere economicamente». A fine 2008 aveva annunciato il suo obiettivo di scen-



Umbria. Lorenzo Fasola alla guida di uno scooter elettrico nell'azienda agricola Monte Vibiano, da lui diretta

dere a zero emissioni con soluzioni interne all'azienda, senza cioè acquistare crediti di CO₂ dall'esterno. Scemmassa che ha chiamato il «360 Green Revolution». «360 perché abbiamo agito su tutti i fronti - spiega Fasola - dal fotovoltaico, al biodiesel, fino alle vernici antialbedo sui tetti e a un sistema Rfid per monitorare quante volte i nostri trattori passano vicino alla stessa pianta».

Oltre a favorire l'impiego di chi abita più vicino all'azienda, Fasola ha investito nel riutilizzo delle biomasse in collaborazione con l'Università di Perugia, e in tecnologie d'avanguardia. All'entrata dell'azienda spicca un sistema di accumulo dell'energia fotovoltaica da 100 kW/h sviluppato dall'austriaca Cellstrom in grado di erogare carica per giorni an-

che in assenza di radiazione solare. Da qualche settimana, oltre ad alimentare gli scooter elettrici utilizzati in azienda, il sistema ricarica le auto elettriche che metteranno un tour enogastronomico a zero emissioni. Il risultato di questa rivoluzione verde è un ambiente che è un formidabile strumento di produzione per l'alta qualità. Il vino base prodotto sotto il castello di Monte Vibiano Vecchio ha conquistato il titolo di migliore d'Italia con 17/20 nella categoria di 5-6 euro della classifica «L'Espresso». Guai però a pensare che a Monte Vibiano dormano sugli allori. «Per il futuro - dice Fasola - la mia scommessa è che ogni anno la qualità del prodotto superi quella dell'anno precedente».

The Event is back.



Salone Internazionale del Mobile
Eurocucina, Salone Internazionale dei Mobili per Cucina
Salone Internazionale del Bagno
Salone Internazionale del Complemento d'Arredo
SaloneSatellite

Fiera Milano, Rho, 14/19.04.2010

Comit spa
Foro Buonaparte 65 +39 02725941 www.comit.it
20121 Milano, Italia +39 0289011563 fax e-mail info@comit.it

ANALISI

Un sistema paese che deve scontare il Fattore «R»

di **Sara Cristaldi**

Fattore R. Erre come Ritar. Di Quelli che il Sistema Italia deve colmare per uscire indenne dall'onda lunga di una crisi fatta di rarefazione della liquidità e del credito, di domanda asfittica sui mercati di sbocco tradizionali delle sue merci, di dimensione delle sue imprese non a misura dei grandi numeri della globalizzazione, di presenza ancora inadeguata sui mercati oggi a crescita più rapida, dall'Asia al Sudamerica all'Africa.

Certo suonano positivi gli ultimi dati sull'export italiano che vedono in ripresa i flussi verso Cina, India, Brasile e addirittura alcuni paesi africani. Ma la crescita percentuale non deve indurre a facili entusiasmi perché è proprio in questi paesi che l'Azienda Italia sconta ritardi importanti, almeno rispetto ai concorrenti tradizionali, tedeschi in testa. Fatta eccezione per l'India, paese fino a pochi anni fa più chiuso degli altri emergenti, il Sistema Italia infatti paga ancora il non aver scommesso per tempo e in misura opportuna su quei Paesi che si apprestavano a divenire i protagonisti della globalizzazione. E non solo come destinatari dei commerci, ma anche come piattaforme produttive in linea con la nuova divisione internazionale del lavoro e come trampolino per servire i mercati dell'area di riferimento.

In altre parole siamo ancora a corto di investimenti esteri, strategici nel riequilibrio dei pesi economici della globalizzazione. Quegli ormai annosi investimenti produttivi in Cina, ad esempio, che negli ultimi anni, crisi o non crisi, hanno fatto la fortuna dei bilanci del gigante dell'auto tedesca Volkswagen.

Se si pensa poi al tessuto industriale italiano fatto di migliaia di piccole e medie imprese, c'è

da scontare anche il ritardo con cui si è andati alla scoperta di paesi più a misura rispetto ai giganti Bric (Brasile, Russia, India e Cina). I mercati del Sud-Est asiatico, per esempio, avviati sulla strada di una grande area di libero scambio collegata non solo con l'Impero di mezzo comunista e l'India ma anche con altri grandi attori: l'Australia, ricca di materie prime; il Giappone con la sua ritrovata dimensione asiatica; la Corea del Sud, decisa a giocare un ruolo di primo piano con la sua aggressiva industria hi-tech. Per non parlare, e per restare a un tiro di volo aereo, dei paesi del-

«ERRE» COME RITARDI
L'Italia paga ancora il non aver scommesso per tempo sui futuri protagonisti della globalizzazione

la sponda Sud del Mediterraneo (Turchia, Egitto e Marocco in primis) e dei mercati dei Balcani destinati in gran parte a entrare in più stretta parentela con la famiglia europea.

Ma l'altro fronte: quello di un sistema paese in ritardo nelle infrastrutture e nella logica dei suoi porti, nell'alta velocità come nelle autostrade informatiche aperte nel resto del globo dalla banda larga, per citare i vizi più macroscopici. In breve, cercasi ancora il clima di business adatto ad attirare capitali dall'estero (oggi, in prevalenza, in arrivo proprio dagli emergenti), non solo per finanziare il nostro debito pubblico, ma anche per infondere nuova linfa innovativa nel grande corpo dell'Italia Inc. Ed è forse questa la sfida più grande per il made in Italy del terzo millennio.

sara.cristaldi@ilsol24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA DUE GIORNI A MILANO

IL SUMMIT AL SOLE 24 ORE

Oggi conferenza su «Quali frontiere per il commercio internazionale made in Italy?». Conclusioni del vice presidente Confin-

dustria Paolo Zegna e del vice ministro Adolfo Urso. Nel pomeriggio focus Corea del Sud. Domani focus sul made in Italy nella green economy

IL SOLE24ORE.COM

Sul sito diretta web dell'evento e uno «Speciale made in Italy» con video interviste e approfondimenti

RADIO 24

Interviste e aggiornamenti nei Gr e durante «Focus Economia», in onda dalle 17

Comit spa
Foro Buonaparte 65 +39 02725941 www.comit.it
20121 Milano, Italia +39 0289011563 fax e-mail info@comit.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA