La ricerca

Vocazione digitale delle imprese Solo il 5,9% è avanti

La Lombardia è la prima regione per numero di imprese ad alto tasso di innovazione (13,1%), ma è il Trentino Alto Adige, con l'8,4%, a vincere per vocazione al "digitale". È quanto emerge da un'analisi sulle aziende del nostro Paese effettuata da Cribis attraverso Margò, la nuova piattaforma per lo sviluppo commerciale realizzata dalla società del gruppo Crif specializzata nella business information.

Solo il 5,9% delle imprese italiane dimostra un'elevata attitudine digitale, percentuale che sale per quanto riguarda l'innovazione (7,6%).

«Innovazione e digitale sono elementi chiave per affrontare la ripartenza dopo il lockdown dovuto all'emergenza Covid-19», dichiara Marco Preti, amministratore delegato di Cribis.

DIVENTARE UN PAESE INNOVATORE IN DIECI MOSSE

Alfonso Fuggetta, docente al Politecnico di Milano, analizza in un saggio la via del possibile riscatto
«Cultura digitale e spallata agli apparati burocratici»
«Il rischio che lo Stato pretenda di fare l'imprenditore»

MARILENA LUALDI

Un Paese di contraddizioni, che sono esplose con la crisi provocata dal coronavirus. Ma il futuro può essere un altro: un Paese innovatore, come risuona il titolo del libro di Alfonso Fuggetta, docente di Informatica del Politecnico di Milano e direttore del Cefriel (Centro di eccellenza per innovazione, ricerca e formazione nell'Information & Communication Technology), edito da Egea. Libro che propone anche un decalogo, con una convinzione: «Abbiamo bisogno di un Paese innovatore, in tutte le sue articolazioni e declinazioni, e di uno Stato, una res publica, che nel Paese abiliti e sostenga imprese, cittadini, associazioni nel promuovere l'innovazione a servizio dello sviluppo e del benessere di tutti».

Attenzione però: serve una cultura, un modo di impostare i problemi diverso. Non solo: .la vera risorsa scarsa non sono i soldi, bensì il tempo.

Alfonso Fuggetta

LA SCHEDA

L'AUTORE

Alfonso Fuggetta è professore ordinario di Ingegneria del Software presso il Politecnico di Milano e Faculty Associate presso l'Institute for Software Research della University of California. Dal 2003 è amministratore delegato e direttore scientifico di Cefriel, centro di eccellenza per innovazione, ricerca e formazione nell'Information & Communication Technology. È membro del Gruppo Tecnico Politiche Industriali e Impresa 4.0 di Assolombarda. È stato anche membro del Comitato Ristretto su Ricerca e Innovazione di Confindustria. Ha fatto parte della Commissione Governativa sul software open-source nella PA e del Nucleo di supporto alla Struttura di Missione per l'attuazione dell'Agenda Digitale della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Partiamo proprio dal ruolo dello Stato in questa partita? Lei analizza due estremi, per così dire.

Sì, o comunque due posizioni che cerco di confutare. La prima è: c'è tanta ricchezza, la ridistribuiamo e abbiamo risolto il problema. L'altro giorno sentivo un politico dire: facciamo la patrimoniale e prendiamo i soldi dove ci sono... L'altra posizione: siccome i privati hanno fallito, adesso è lo Stato che deve fare l'imprenditore, che gestisce, nazionalizza. O diventa investitore o addirittura gestore, proprietario. È sempre questa visione per cui lo Stato o distribuisce i soldi o gestisce le imprese, quindi diventa il principale attore di governo dell'economia e della società. Così oggi abbiamo più il 50% che è intermediato in qualche modo dallo Stato.

Come dovrebbe essere invece, nella sua convinzione?

Nella mia esperienza dico: torniamo a vedere dove il Paese ha creato ricchezza, è cresciuto, ha portato benessere. Ecco, è stato il momento in cu la società civile, certamente con un ruolo corretto ed equilibrato dello Stato si è esposta alla competizione internazionale, ha sviluppato prodotti e servizi innovativi, ha creato ricchezza e benessere che poi è diventato diffuso, per la comunità.

Eppure ci sono stati atti recenti, come l'ingresso nella Corneliani con lo Stato che ha investito con un fondo per salvarla. Sbagliato?

Non dico che non debba avere un ruolo, ma non diretto: di regia. Se diventa azionista di un'azienda, le strategie chi le decide? È lo Stato, e conosce il mercato? Sembrano sfumature, ma è sostanziale. Per questo ho scelto di dire: il Paese innovatore, non lo Stato, perché sarebbe una metafora fuorviante e dannosa, anche se è di moda.

Lei afferma in effetti che si respira una voglia di Stato, ma ci vuole un cambio di passo: quale?

Sì, se guardiamo a cosa è successo in questi anni, ci sono migliaia di aziende che competono e vanno bene, sono quelle che tengono in piedi il Paese. Il punto è cosa si fa con le altre. Le si aiuta a crescere, svilupparsi, essere competitive o le si assiste? Mi sembra che sia quest'ultimo il messaggio che sta passando. Mi ricordo diversi casi, uno 15-20 anni fa di un'azienda che di fronte alla scelta di investire oppure di avere una legge per tutelare un piccolo monopolio all'interno del quale agire, ha ritenuto più comoda questa seconda ipotesi. Così non si va da nessuna parte, è artificioso.

Neanche in un momento di emergenza come quello attuale servono le "braccia protettive" dello Stato?

Non funziona. Quello che abbiamo visto negli ultimi venti anni, è che abbiamo continuato a cercare di tamponare e abbiamo usato una marea di risorse per questo, ma investito nulla sul lungo periodo. È come dire: abbiamo dato da mangiare alle persone, non insegnato a procurarselo. Tutti noi insieme dobbiamo occuparci di produrre quel valore che dà benessere al Paese.

Insieme. Nel secondo punto del dialogo ribadisce questa parola: che è forse anche la parte più difficile nel nostro Paese, poco propenso all'unità? O questo periodo di crisi ci può aiutare?

Questo è un auspicio, che non posso che condividere. La mia preoccupazione però, e lo dissi ad aprile quando la curva iniziava a flettere, è che passata l'emergenza, tutto è risolto, così si pensa. Infatti luglio, agosto, settembre... li abbiamo vissuti così.

Come creare allora quel valore di cui lei parla nel decalogo?

Bisogna scegliere. Chiaro che se prendiamo i soldi e li mettiamo su Quota 100... Pensi cosa si poteva fare invece: la banda larga in tutt'Italia, ad esempio, servono 10-12miliardi, ammortizzabili su 15 anni, poi ci lamentiamo che non c'è connessione. Adesso si sta intervenendo... Ma misure come quella che citavo e il reddito di cittadinanza hanno devastato i nostri conti senza produrre risultati. Non è che non dobbiamo fare assistenza, ma questo è assistenzialismo.

Lei menziona il lavoro di qualità, la formazione e l'istruzione come leva essenziale per garantire i diritti delle persone...

La formazione è la prima priorità. Per il Paese essenziale: nel libro cito l'edilizia scolastica. Non è solo dire: le scuole belle. Devono essere un luogo dove la gente è contenta di andare, funzionale, produttivo, con infrastrutture e servizi che lo rendono attrattivo. Pensiamo ad assumere i precari, e va bene. Ma serve anche un piano di formazione per gli insegnanti, altrimenti è inutile lamentarsi che non funziona la didattica a distanza. Occorrono esperti che vanno nelle scuole e insegnano come lavorare su Internet .Ci sono tanti capitoli importanti, sulla scuola. Dobbiamo fare un piano, sapendo che gli effetti si vedranno tra dieci anni.

«Quota cento e reddito di cittadinanza: due gravi errori»

Non basta avere un sito, ma un'interazione: formazione online, non onsite?

La connessione a Internet è la condizione necessaria ma non sufficiente. E questa è ancora una volta la responsabilità della politica, che deve passare questi messaggi e capire quali sono gli snodi. Poi sarà responsabilità dei cittadini scegliere, accettare.

Arrivando all'innovazione, lei fa esempi concreti di interventi necessari: giuridico-normativi, interazione tra imprese e ricerca, accelerare i processi innovativi delle aziende anche con strumenti finanziari agili, veloci. Che oggi sono assenti?

In realtà stiamo spendendo soldi, ad esempio per centri di innovazione, ma in maniera impropria o superficiale. Spesso sono iniziative più per dire: ci siamo. Ma qual è l'impatto? Il punto vero è tornare a chiedersi: quali sono le cose che creano valore?

E quindi che cos'è l'open innovation?

Non vuole dire essere aperti ai contributi, né banalizzare con le parole di moda, a partire da startup. Vuol dire: non ho tutte le competenze dentro l'azienda per fare innovazione, ma devo attrezzarmi internamente per essere poi capace di interagire con il mondo esterno. Ci sono cose che devo fare io, altre che devo saper fare insieme a chi trovo intorno, nel mio ambiente.

Si può innovare anche essendo piccoli?

Io sono sempre stato uno di quelli che dicevano: piccolo non è bello. Ne sono convinto tuttora, perché si fa fatica a trovare risorse talenti, crescere. Però difficile non significa impossibile. Ho citato nel libro il caso Delcon, quando un'azienda si espone alla competizione internazionale, utilizza le risorse in maniera mirata, si vedono i risultati.

In agguato però c'è sempre "lei": la burocrazia. Ce ne possiamo davvero liberare?

Dobbiamo farlo, ma partire da consapevolezza che è quello che a volte manca. Il comune sentire è: facciamo servizi digitali. Ma dobbiamo capire cosa significa. Perché se prendiamo delle cose che funzionano e le digitalizziamo, non risolviamo nulla. Dobbiamo capire come vogliamo agire per migliorare il funzionamento della macchina pubblica. Allora si decide cosa digitalizzare e cosa far sparire. Ci vuole un punto di partenza diverso, una direzione di marcia differente.

Il decalogo per la rinascita

01 Al centro dell'azione di governo va messa la creazione sostenibile di valore e di ricchezza; è sbagliato affidarsi prevalentemente a politiche redistributive

02 Il valore è creato primariamente dalle imprese e dalla società civile, non dallo Stato. Quest'ultimo non deve sostituirsi alle imprese, quanto favorirne la nascita e la crescita oltre che attivare politiche per l'attrazione degli investimenti

03 Il lavoro di qualità, la formazione e l'istruzione sono la leva essenziale per garantire i diritti delle persone e promuoverne e difenderne la dignità

04 L'innovazione nel settore privato deve essere promossa e sostenuta a) con interventi di carattere normativo e giuridico (semplificazione e de-legificazione); b) promuovendo l'interazione tra imprese e mondo della ricerca, dell'istruzione, delle istituzioni; c) abilitando e accele- rando i processi innovativi delle imprese con strumenti normativi e finanziari agili e rapidi

05 Le attività di ricerca sono essenziali per creare conoscenze e competenze vitali per la crescita complessiva del Paese. Vanno sostenute dal pubblico con strumenti strutturali e di medio- lungo periodo in accordo con i programmi europei

06 La missione principale del settore pubblico non è erogare «nuovi servizi digitali». La Pubblica amministrazione deve diventare invisibile, cancellando adempimenti e obblighi di natura meramente burocratica

07 Le reti e le infrastrutture digitali sono uno strumento indispensabile per la crescita

33%

I settori
La percentuale più alta di imprese con attitudine digitale si registra nel macro-settore dei "servizi" (33,6%), seguito da "industria e produzione" (20,6%) e dal "commercio al dettaglio" (14,4%)

08 Lo Stato, in prima persona e all'interno degli organismi internazionali a partire dall'Unione Europea, deve promuovere una regolazione moderna in grado da un lato di cogliere le sfide poste dalle nuove tecnologie e dall'altro di abilitare processi innovativi agili e diffusi

09 Lo Stato deve garantire che ogni cittadino abbia le stesse opportunità sia dal punto di vista dell'accesso a processi formativi sia per quanto riguarda il proprio sviluppo professionale e imprenditoriale

10 Il pubblico deve stimolare il mercato rinnovando e qualificando la propria domanda, ripensando nel contempo radicalmente i propri processi e modelli di acquisto

Il libro

Quale sarà il ruolo dello Stato?

La crisi del Covid ha fatto esplodere i problemi cronici e strutturali del nostro Paese, mettendo a nudo un ritardo strutturale rispetto alle aree più dinamiche dell'Europa e del mondo.
Di fronte alle sfide della globalizzazione è umano ricercare qualcuno che ci aiuti ad affrontare questi tempi complessi. Ma, sostiene Alfonso Fuggetta, questa è una richiesta ideologica e strumentale in un Paese che vede una diffusa presenza del pubblico in tutti i settori dell'economia.
L'autore, anziché a un Paese in cui lo Stato assume il ruolo di imprenditore, guarda con favore a un Paese della responsabilità civile, degli investimenti a servizio della collettività, delle pari opportunità, della solidarietà vera con chi fa fatica, della valorizzazione delle capacità di ciascuno di noi.

La rete di Sharebot 3500 stampanti 3D in tutto il mondo

La storia/1
L'azienda di Nibionno è specializzata nelle macchine ad alta precisione

Una società giovane e di giovani, che ha bruciato le tappe. Dove la ricerca è fondamentale e così la formazione continua. Non solo tecnologica.

Sharebot è specializzata nello sviluppo di stampanti 3D ad alta precisione. Le sue stampanti sono rivolte sia al mercato professionale che a quello desktop e si offrono di ottimizzare il flusso di lavoro del professionista o trasformare la propria scrivania in un centro creativo personale per realizzare progetti di fabbrica 4.0. Si comprendono dunque varie tecnologie (deposizione additiva di filamento, polimerizzazione e sinterizzazione sia di polveri termoplastiche che di metallo), fornendo corsi dedicati al mondo della stampa 3D e supporto grazie ai tecnici e ad una rete di rivenditori e distributori presenti in Italia e nel mondo.

Nella crescita, si sono reclutate nuove figure. Ma è facile, con la situazione formativa di oggi? No, conferma il Ceo Arturo Donghi: «La formazione la facciamo soprattutto noi. Non solo tecnica. Ad esempio, qui tutti parlano inglese correttamente, ma promuoviamo corsi di lingue, adesso ne stiamo facendo uno di tedesco».

Nel 2013 Wired pubblica un articolo su Andrea Radaelli, non ancora trentenne, uno dei primi in Italia a creare una stampa in 3D. Arturo Donghi decide di contattare questo giovane per creare un'azienda focalizzata sulla ricerca e la produzione di stampanti 3D. Così è nata Sharebot. Il team dei fondatori è composto oltre che da Donghi, che è anche responsabile della strategia e del marketing dell'azienda, da Radaelli, responsabile della ricerca e sviluppo di stampanti 3D, Cristian Giussani, sviluppo software, Ambrogio Donghi direttore operativo, Marzia Pezzali responsabile dell'accademia. Persone accomunate da un'elevata preparazione e dallo stesso obiettivo: «Prendersi cura del sogno chiamato Sharebot. Sono passati più di cinque anni da quei primi passi ed oggi le nostre stampanti 3D sono in tutto il mondo».

Risultato, con oltre 3.500 stampanti 3D installate in tutto il mondo è tra le più importanti realtà italiane ed europee. Ha un team di oltre 20 persone giovani e motivate. Approccio deciso e aperto: «Oltre 150 università e centri di ricerca sparsi in tutti i continenti utilizzano per scopi di ricerca e didattica le nostre stampanti, aziende leader italiane tra le quali Aprilia per le moto GP, Colnago per le biciclette, Vismara vetro per i complementi di arredo e anche alcuni ospedali per simulare interventi, utilizzano le nostre tecnologie per creare prototipi e produzioni specializzate e trovare nuove soluzioni».

In un anno così difficile, non si è dimenticato di aiutare gli altri: «Nel 2020 abbiamo donato oltre 3mila visiere agli artigiani digitali offrendo loro materie prime per realizzare visiere, maschere, respiratori, anche se non siamo rimasti immuni dal cambiamento radicale dei consumi che ci ha portato a ridisegnare l'azienda spingendoci a realizzare prodotti sempre più professionali con una altissima componente di ricerca».

M. Lua.

«Cultura digitale Scuole e aziende devono spingere»

La storia/2
Alberto Canali guida la 3DP di Como «Più infrastrutture e formazione professionale»

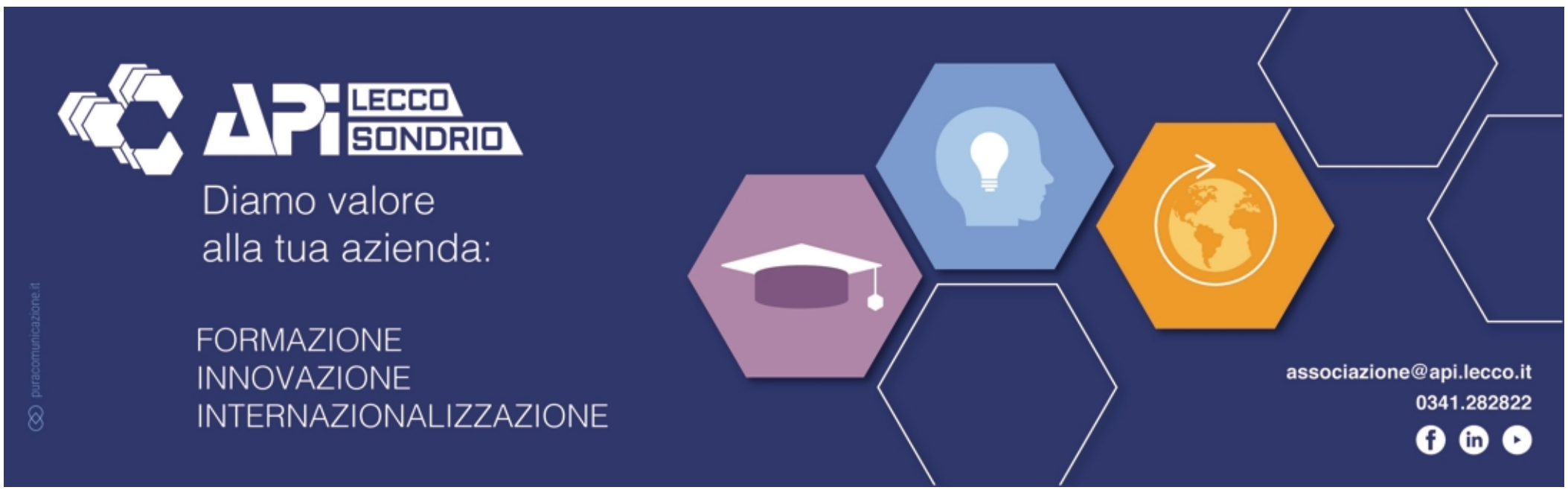
Sì, l'innovazione è prima di tutto cultura, consapevolezza. Anche in un territorio ricco di imprese, la strada non è tutta in discesa. Alberto Canali guida la 3DP World, distributore esclusivo Zortrax per l'Italia, e da tempo lo ribadisce: non si attribuisce mai abbastanza importanza alla forza della tecnologia e alle competenze che essa richiede.

Un'impresa che è partita anche affrontando la sfida del coworking, quando ancora non si affacciava nella vita delle aziende con decisione. E che crede nella conoscenza. «Il falegname può aver svolto il suo mestiere per venti, trent'anni – osserva – ma oggi, se ti presenti un'assunzione, ti chiedono di usare le macchine a controllo numerico. Ecco perché oggi ci sono cinquantenni con esperienza, ma che non hanno la digitalizzazione del lavoro». Diverso è il discorso dei giovani, ma Canali guarda a chi le aziende le guida: «La digitalizzazione dev'essere spinta anche dagli imprenditori. Una considerazione: negli ultimi anni è cresciuta molto la robotica in tante imprese, ma ci troviamo ancora delle realtà che quando capiscono la necessità della stampa 3d, comprano una sola stampante. Magari ci comprano anche una macchina usata».

Secondo Canali, deve scorrere quest'onda e coinvolgere tutti. Informatizzare significa non solo insegnare ai giovani, già portati anche a questo corso, bensì tutto il mondo del lavoro. «Le persone devono digitalizzarsi – insiste – Si potrebbero anche incentivare delle scuole di upgrade delle metodologie di lavoro, sarebbe una cosa importante». In questo modo, anche chi ha appunto un'esperienza – preziosa – maturata su vecchi sistemi, può essere trasportato a bordo del presente e del futuro. «Perché non si può più guardare ai due, tre anni. L'arco temporale di analisi che deve operare un Governo, dev'essere di sei, otto anni. Non pensare: ti do 500 euro al mese...».

L'altro aspetto cruciale resta quello delle infrastrutture digitali, anche in una terra manifatturiera. «In alcune zone c'è una rete penosa – constata Canali – ero in vacanza a Pantelleria due anni fa, stavano bucando una strada attorno solo per mettere la fibra ottica. Da noi siamo pieni di parabole, perché non arriva Internet veloce in mezzo ai capannoni. E per registrarsi uno Spid occorrono due ingegneri elettronici. No, ci vuole la semplificazione, parola che va a braccetto con la digitalizzazione».

In questo cammino, anche il periodo drammatico che stiamo attraversando con l'emergenza virus, insegna molto. Come l'ha vissuto un'azienda nel segno della tecnologia? «Abbiamo avuto dei mesi con fatturati maggiori dello scorso anno, ad esempio maggio, ma anche settembre – spiega Alberto Canali – Ottobre è già più di attesa, ci si chiede dove stiamo andando. Solo a marzo un ragazzo è rimasto a casa in cassa integrazione, dal mese successivo abbiamo ripreso subito a lavorare. Con lo shop online abbiamo tamponato questi mesi tragici sempre con forza piena». **M. Lua.**



La meccanica **Gli strumenti** per ripartire

Le prospettive

Tra gli imprenditori poca fiducia
Prevale un clima di prudenza

I risultati dell'indagine congiunturale Federmeccanica (presentata il 16 ottobre), pur mostrando parziali segnali di recupero rispetto alla precedente rilevazione, che era stata condotta in piena pandemia, evidenziano ancora nel 39% delle imprese un portafoglio ordini negativo. Il 27% prevede una contrazione dei volumi di produzione ed il 19% un ridimensionamento dei livelli occupazionali.

Da gennaio ad agosto, le imprese metalmeccaniche hanno registrato una contrazione dell' attività (in media) del l 19,8%. I cali sono risultati diffusi a quasi tutte le attività con perdite del 20,4% per i prodotti in metallo, del 19,1% per le m acchine ed apparecchi meccanici e del 34,7% per gli autoveicoli e rimorchi.

«L'EXPORT È IN CALO DA QUASI UN ANNO»

Stefano Ferrari (Siderweb): «La frenata è partita nella seconda metà 2019» «In questa situazione Lecco paga un conto più pesante di altri territori»

MARIA G. DELLA VECCHIA

L'emergenza Covid ha peggiorato la crisi delle esportazioni metalmeccaniche e i dati delle trafilerie, ma le difficoltà erano iniziate ben prima della pandemia.
Dall'auto agli altri mezzi di trasporto, alle costruzioni, alla meccanica, ai prodotti in metallo: il calo delle esportazioni è partito nella seconda parte del 2019, quando i principali settori di sbocco dei prodotti trafilati hanno segnato una contrazione. Un anno, il 2019, «non positivo per le trafile, che venivano da un 2017 molto positivo e da un 2018 comunque buono», visto che nella prima metà di quest'anno il distretto lecchese per il calo di export «ha subito la crisi più della media nazionale».
Ne parliamo con Stefano Ferrari, responsabile dell'ufficio studi di Siderweb, la community dell'acciaio che si prepara a presentare online il 12 novembre l'edizione 2020 di "Bilanci d'acciaio" con un focus successivo, il 19 novembre, sulle trafilerie.

Stefano Ferrari, responsabile dell'ufficio studi Siderweb

Come si presentano quest'anno i nuovi dati sulle esportazioni di prodotto trafilato?

Facciamo riferimento a una voce Istat sull'interscambio di quelli che sono definiti "prodotti di prima trasformazione", che racchiude anche i trafilati. Nel primo semestre 2020 le esportazioni segnano un calo nazionale del 24,6% rispetto allo stesso semestre del 2019, mentre le importazioni calano del 30,5%. Nello stesso periodo quest'anno l'Italia ha esportato questo tipo di produzione per un valore di 1,27 miliardi di euro. Lecco ha esportato per 135 milioni, con una flessione del 28,2% sui primi sei mesi del 2019, pari a una perdita di 53 milioni di euro. Nonostante il calo Lecco è la provincia italiana che più esporta prodotti di questa categoria. Como, ad esempio, è all'undicesimo posto con 30 milioni in export e un calo del 26,9% e Varese è al ventiquattresimo, con 11 milioni e un calo del 32,6%. Ciò per dire che tutto il distretto cala più della media nazionale e si tratta di un elemento a cui prestare attenzione.

Come si presentano i fatturati e gli utili delle trafilerie a Lecco?

Per le trafile tutta la generazione di valore nel 2019 ha fatto registrare risultati peggiori rispetto al 2018, ma è stato un anno in cui il complesso delle trafile comunque chiude in utile, seppure notevolmente inferiore rispetto all'anno precedente. Premetto che nel 2019 il fatturato delle trafilerie in Italia è sceso dell'11% e l'utile del 37%, pur rimanendo positivo. Nel triennio 2017-2019, sempre nel dato nazionale, il fatturato è rimasto pressoché uguale, ma l'utile è sceso del 25%. Nel 2019 l'Italia ha esportato per 3,53 miliardi di euro (-5,6%), Lecco per 332 milioni (-14% sul 2018) in quello che è stato il peggior risultato del triennio visti i valori di 387 milioni del 2018 e di 361 milioni nel 2017. Como ha esportato per 73 milioni e Varese per 31 milioni.

Le importazioni lecchesi calano più o meno della media italiana?

Per importazioni Lecco è terza in Italia dietro a Milano e Torino e ha importato prodotti per 26,2 milioni di euro, con un calo del 26,4% contro la flessione media nazionale del 30,5%. Quindi guardando al flusso di import-export a Lecco l'export cala più della media italiana e l'import meno: il distretto ha probabilmente subito maggiormente la crisi rispetto alla media italiana. Nel secondo semestre del 2019 hanno frenato tutti i settori utilizzatori di acciaio, in particolare l'automotive. La produzione europea ha perso il 5,3% rispetto al 2018 e una flessione simile, con un -5%, si registra in Italia. Fra i settori utilizzatori l'anno scorso in Italia hanno avuto buona performance solo le costruzioni e le produzioni di mezzi di trasporto diversi dall'auto, saliti del 4%. In Italia l'auto ha perso il 10% dei volumi, ma per le trafilerie sono calati anche la meccanica, soprattutto la produzione di macchinari con un -2% e i prodotti in metallo, scesi del 4,5%.

Quanto ha inciso il prezzo dell'acciaio sul calo di fatturato a Lecco?

Sicuramente c'è un effetto prezzi, che in media sono calati. Ma visto che Lecco segna un calo maggiore della media nazionale serve una riflessione, perché non c'entra solo il prezzo: o il calo di prezzo di ciò che vende Lecco è stato più forte della media italiana, cosa improbabile. Vista l'enorme diversificazione produttiva delle tantissime trafilerie lecchesi, è più verosimile che il calo dei prezzi si sia unito al calo dei volumi.

«Hanno rallentato tutti i settori legati all'acciaio in primis l'auto»

«C'è stata una contrazione dei volumi prodotti»

Le esportazioni siderurgiche continuano a risentire delle difficoltà dei mercati europei?

Sì. nel 2019 l'83% delle vendite è andato verso l'Unione europea e il 12% verso l'Europa non Ue. Il primo mercato, con 84 milioni di euro, è la Germania, seguita dalla Francia per 78 milioni. Quindi entrambi i mercati assorbono il 40% delle esportazioni lecchesi del settore. Il resto va in Polonia, Spagna, Austria e Svizzera: tolta la Polonia, sono Paesi confinanti. Ciò potrebbe ora rappresentare un limite visto che la Francia e la Germania stanno facendo il secondo lockdown per la pandemia.

Metalmeccanica a passo lento

Il lockdown di primavera ha riguardato il 90% delle imprese metalmeccaniche

2020 sul 2019 **-15,4%** Attività produttiva **in Italia** (gennaio-agosto)

2020 sul 2019 **-19%** Attività produttiva **metalmeccanica** (gennaio-agosto)

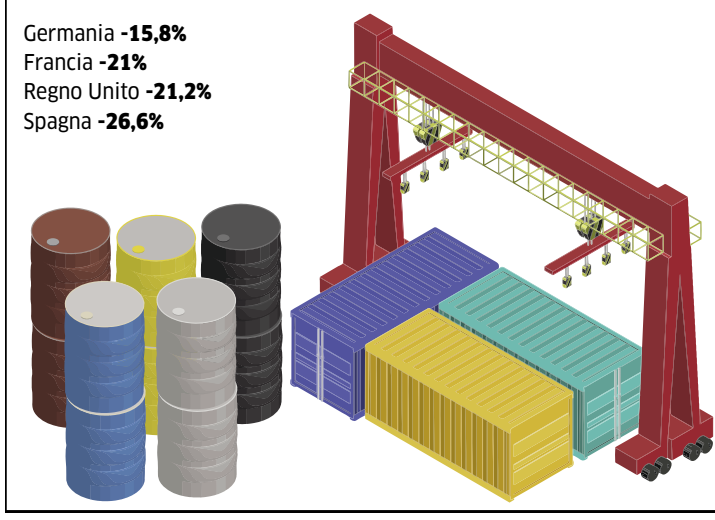
I settori della metalmeccanica

-20,4% Prodotti in metallo
-19,1% Macchine ed apparecchi meccanici
-34,7% Autoveicoli e rimorchi

Esportazioni metalmeccanica **-16,7%**

Germania **-15,8%**
Francia **-21%**
Regno Unito **-21,2%**
Spagna **-26,6%**

Importazioni metalmeccanica **-19,3%**



«Il distretto unisca le forze E crei un vantaggio distintivo»

L'analisi
Marco Grumo insegna Economia aziendale Indica quattro punti per ripartire con decisione

«Qualità, sistema, preparazione e innovazione sono i quattro punti da cui devono ripartire le imprese che vogliono recuperare quote di mercato estero».

Marco Grumo, professore di Economia aziendale in Università Cattolica, ci dice che al di là della situazione di breve periodo, in cui le nuove regole temporanee legate al Covid influenzeranno molto la possibilità di lavorare con l'estero, la flessione delle esportazioni iniziata già a metà dell'anno scorso va contrastata con piani di medio e lungo periodo. «Lecco e Como – afferma Grumo – sono due punti del mercato globale, nel quale vince il produttore che offre il servizio migliore alle migliori condizioni. Ora la nostra economia attraversa le difficoltà legate alla pandemia, ma potrà essere rimessa in moto con interventi di breve periodo che però già ora vanno inquadrati in un progetto futuro di qualità».

Affinché dunque il motore dell'economia possa riprendere appieno i suoi giri va traghettato in un momento di difficoltà, ma se una volta ripartiti ci si ritroverà senza nuova competitività si tornerà a registrare cali sui mercati.

Quindi sia le imprese che lo Stato devono fare la propria parte: «Fin da ora, e nel breve periodo – afferma Grumo – bisognerà lavorare molto bene a livello di Paese, gestendo con l'Unione europea un confronto che consenta di riaprire lo scambio di persone, capitali e merci nel miglior modo e nel più breve tempo possibile, considerando ovviamente le nuove esigenze di tutela sanitaria. Ma nel medio periodo, nei prossimi mesi le aziende della meccanica andranno aiutate in modo particolare perché la concorrenza è altissima e la variabile prezzo pesa parecchio. Su qualità e prezzo – aggiunge il docente - le imprese devono trovare nuove strade di competitività, ma non basta. Le aziende da sole non possono farcela, serve un impegno anche a livello di distretto per unire le forze e creare un nuovo vantaggio distintivo sull'estero».

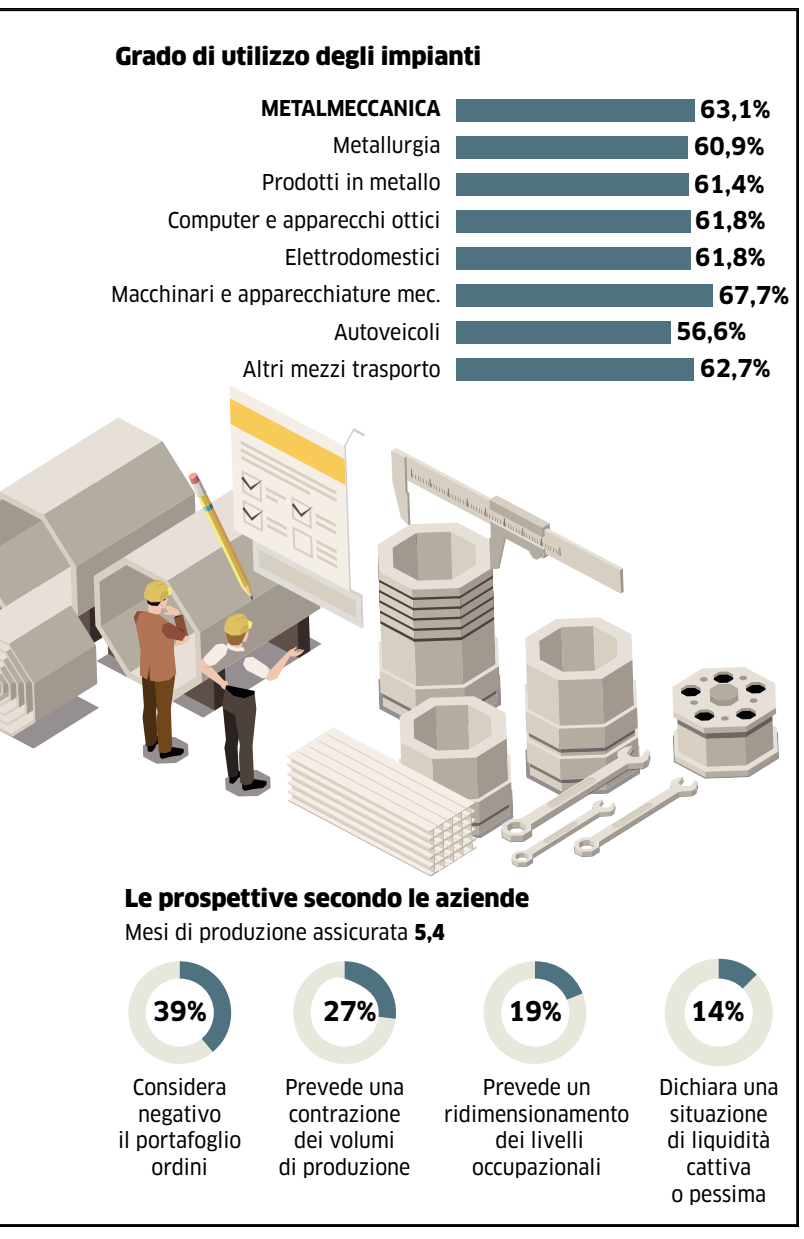
Marco Grumo, docente

Di fronte al cambiamento ci si deve dunque dare in modo importante reattività strategica e di marketing, «ma se, invece, di fronte al cambiamento non si aggiornano i propri modelli di business e di prezzi si è destinati a rimanere ai margini del mercato».

M. Del.

14%

La liquidità delle imprese
Secondo l'indagine di Federmeccanica, il 14% delle imprese interpellate dichiara una situazione di liquidità cattiva o pessima, causata dal lockdown primaverile e dall'incertezza che domina su tutti i mercati. Nei primi sette mesi dell'anno l'export del settore è calato del 16,7%.



«Portafogli ordini limitati È un'incertezza che pesa»

L'imprenditore. Riccardo Riva guida la Fischer&Rechsteiner di Valmadrera «Tra chi esporta non ci sono troppi timori, c'è un quadro difficile da leggere»

LECCO

«Lecco si è sempre distinta per l'export, ma le statistiche in flessione sulle vendite estere ci dicono che il nostro territorio non fa una grande eccezione rispetto al resto del Nord Italia», osserva Riccardo Riva, presidente e amministratore delegato dell'azienda di famiglia, la società di spedizioni internazionali Fischer&Rechsteiner Company Spa di Valmadrera.

La Fischer&Rechsteiner è una società di spedizioni di Valmadrera

Seconda metà

Riva ricorda che la metalmeccanica lecchese è orientata verso Germania, Francia e Svizzera per oltre il 60% delle vendite estere e soffre la crisi che già dalla seconda metà dell'anno scorso ha toccato gran parte delle lavorazioni, fra cui quelle per l'auto a cui il Lecchese è fortemente legato.

Dinamiche da cui l'azienda di Riva, società di spedizioni internazionali che in questo mese di ottobre compie 150 anni di attività, non è direttamente toccata in quanto non opera con spedizioni via terra e i suoi mercati e sedi estere sono in America Latina, Nord Africa e Medioriente. Dinamiche, tuttavia, che Riva conosce e osserva da tempo (in anni recenti è stato responsabile dell'internazionalizzazione in Confindustria Lecco) anche attraverso i riscontri che arrivano dai clienti, fra cui c'è una quota lecchese.

«Per noi i clienti lecchesi pesano circa il 20% del totale, su ciò che accade abbiamo una visione trasversale in quanto lavoriamo con una diversificazione territorialmente molto forte. Ciò che osserviamo – aggiunge – è che fra le imprese esportatrici non c'è un pessimismo esteso né timori sul fatto di non riuscire a scollinare questo stallo aggravato dalle limitazioni imposte dalla pandemia. Tuttavia di certo, seppure domini una forte incertezza nel manifatturiero manca la visibilità sul portafoglio ordini per i prossimi mesi e senza dubbio a determinare il futuro più prossimo sarà soprattutto l'andamento della pandemia. E ci si augura che non si torni a un lockdown prima versione».

Fra i mercati esteri di interesse per il manifatturiero locale e su cui il gruppo Fischer&Rechsteiner opera direttamente, anche con proprie società sul posto, ci sono «il Messico e l'Argentina, ancora in sofferenza, Guatemala e Brasile – aggiunge Riva – che si trovano invece sostanzialmente a un livello quasi normale di attività. Il Nordafrica in questo momento ci sta dando molta soddisfazione, con un andamento che quest'anno da gennaio a ottobre si sta mostrando anche migliore rispetto ai primi dieci mesi dell'anno scorso. Gli altri nostri mercati in Sud Est Asiatico e Medioriente sono in ribasso».

Un mercato di rilievo è anche la Tunisia, dove i bollettini sanitari in questi giorni danno una crescita sostenuta della pandemia. Sul posto, tuttavia, come le altre aziende del Paese nord africano, la società Fischer&Rechsteiner Tunisie Sarl non ha mai sospeso il lavoro: «In Tunisia il virus è diffuso – aggiunge Riva – e i voli sono ridotti al lumicino, visto che mentre abitualmente su Milano si è passati dai due voli al giorno dei tempi normali a un solo volo settimanale. La Tunisia comunque sta gestendo la situazione senza imporre coprifuoco ma solo limitando l'apertura delle attività di ritrovo come bar e ristoranti, ma è indubbio che per le attività logistiche la riduzione dei voli comporta una minor possibilità di far viaggiare per modalità aerea le merci che pure vengono trasportate coi voli passeggeri».

Prezzo pesante

Un altro mercato di Riva è l'Australia, che ha pagato un forte scotto con un primo lockdown ferreo «ma che ora registra una situazione migliore, con ritorni più importanti di lavoro».

A conti fatti, il 2020 per l'azienda di Valmadrera sta per chiudersi con una flessione contenuta, intorno al 5% rispetto all'anno scorso: «Oggi siamo in gran parte in una situazione simile a quella di marzo, con un mercato che sta andando verso la normalizzazione. Ma siamo distanti dal ritmo normale delle spedizioni aeree. Lavoriamo ma a fronte di tante difficoltà, estrema attenzione a ogni aspetto della gestione e anche cercando di gestire qualche strappo sui prezzi tipico dei periodi anomali come questo». **M. Del.**

Quanto ha ceduto il settore siderurgico nel lockdown stretto di marzo e aprile scorsi?

Fra marzo, aprile e anche inizio maggio, pur essendo un settore che in parte ha potuto continuare a lavorare, la siderurgia nazionale ha subito un forte calo, intorno al 40% rispetto agli stessi mesi del 2019. Ora, a mesi di distanza, siamo ancora sotto ai livelli del 2019. Per un'inversione di tendenza dovrebbero prima ripartire gli investimenti e i consumi industriali, cosa che avviene con maggior lentezza rispetto alla ripresa dei consumi individuali. Tutta la filiera siderurgica a ritroso si muove su tempi più lenti.

Cosa possiamo aspettarci per le trafilerie come effetto di medio o lungo periodo?

Dipende dai settori di produzione. Lo scorso aprile l'automotive è crollato drasticamente e ciò ha influito su tutta la catena della fornitura dove le trafilerie sono protagoniste visto che forniscono acciaio da trasformare in molle, sospensioni e altro. La lunghezza e la severità del lockdown che ci attendiamo sono variabili poco sondabili ora, così come è poco ipotizzabile la risposta dell'economia. Se il settore siderurgico conta di chiudere il 2020 con un calo di volumi compreso fra il 10 e il 20% rispetto al 2019, più il lockdown sarà lungo e severo e più ci avvicineremo alla parte più negativa di tale forchetta.

«Troppi componenti cinesi Così la meccanica perde»

L'imprenditore
Alberto Croci è a capo della Techne che produce valvole per il settore dell'oil & gas

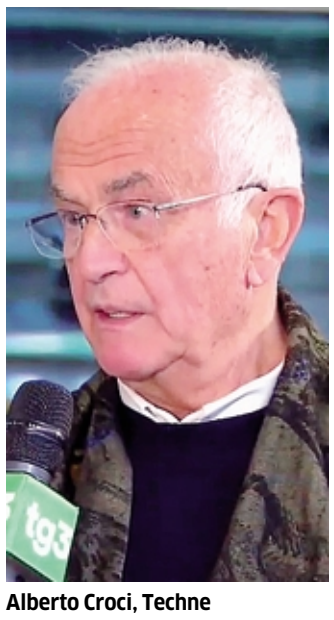
«Nonostante gli effetti economici della pandemia noi chiuderemo il 2020 in linea con l'andamento del 2019, ma non le dico con che fatica ci stiamo riuscendo. Ma sul calo delle esportazioni della meccanica locale c'è qualcosa che pesa più del Covid».

Per Alberto Croci, che con Giuseppe Besana è titolare della società Techne che produce valvole e componenti per l'oil&gas nello stabilimento di Erba, le vendite estere della meccanica lecchese sono in flessione perché «l'intero settore si sta impoverendo, perdendo così competitività per colpa di grandi Gruppi italiani, e magari nemmeno più italiani in quanto ormai ceduti a capitali tedeschi e americani, che da anni comprano componenti in Cina e italianizzano il prodotto finito. Se non ci tiriamo fuori al più presto da questa situazione finiremo tutti in mano ai cinesi».

Techne, circa 60 dipendenti, è una delle aziende più innovative del settore, super certificata, da anni corteggiata da grandi gruppi esteri. L'azienda è parte di una filiera di subfornitura di altissima qualità, legata agli ordini che derivano da major del settore, sta attraversando questo difficile 2020 continuando negli investimenti programmati nel 2019, compreso l'ampliamento della sede produttiva.

«Quel che vedo – aggiunge Croci - è che stiamo perdendo anche la meccanica, ossatura della manifattura italiana. Noi, che siamo il vero manufacturing, il vero Made in Italy, stiamo consegnando le chiavi ai cinesi e agli indiani, premiando le loro produzioni con il risultato che ora la crisi del Covid ha messo a nudo un nervo già teso da tempo e che sta per rompersi«.

È in atto da tempo, ricorda Croci, una continua migrazione verso l'Estremo Oriente nell'accaparrarsi a basso costo i componenti delle valvole, poi assemblati in Italia e venduti con dumping sul prezzo. Croci la spiega a modo suo: «Certe grosse aziende vanno a comprare in Cina e intanto, in questi mesi di Covid, mettono parte dei lavoratori in cassa integrazione. Assemblano e rivendono. Arrivano fino all'estremo di acquistare il 'kit valvola' in Oriente, in pratica una valvola smontata che rimessa insieme diventa rapidamente commercializzabile. Ma è roba cinese di chi non combatte ad armi pari, con buona pace di certificazioni, sicurezza e qualità. Se vogliono operare così facciano i commercianti ma non si dicano industriali, perché non lo sono».



Alberto Croci, Techne

M. Del.