

MECCANICA

settori e scelte promozionali

Il “sistema” della meccanica è costituito da un’ampia gamma di settori che rappresentano tradizionali punti di forza del *Made in Italy* e sono da sempre oggetto di intense e attente campagne promozionali da parte dell’ICE: meccanica strumentale plurisettoriale, metalli e motori incluse le macchine utensili, per fonderia, filo e cavo e oreficeria; robotica e mecatronica; motoristica e subfornitura; componentistica auto; ciclo e motociclo; macchine agricole e attrezzature per zootecnia; macchine per l’edilizia; apparecchiature medicali; macchine tessili; macchine per conceria e calzaturifici; macchine alimentari, confezionamento e imballaggio; macchine lavorazione marmo, ceramica, vetro, plastica, legno; macchine grafiche e cartotecniche; attrezzature petrolifere e oleoidraulica; cantieristica navale e nautica da diporto; logistica; tecnologia e innovazione; aerospazio.

Le aziende italiane sono fortemente dipendenti dall’export: molti di questi settori superano infatti la quota del 70% di rapporto fra esportazioni e fatturato. Per sostenere le imprese nella delicata fase congiunturale, l’intervento promozionale dell’ICE continua nel 2009 ad essere focalizzato sui mercati in via di sviluppo e di **nuova industrializzazione** - dove è diretta un’alta percentuale dell’esportazione della meccanica - caratterizzati da elevate complessità operative e logistiche.

Questi gli obiettivi prioritari:

- **ampliare le aree geografiche d’intervento** – pur proseguendo lo sviluppo di progetti nei Paesi prioritari – per **aumentare le quote di mercato** nei Paesi che offrono potenzialità di crescita;
- approfondire all’estero la **conoscenza della tecnologia** italiana, diffondendo un’immagine di **affidabilità e flessibilità**, con interventi di formazione e trasferimento di *know-how*;
- evidenziare come anche i beni di consumo italiani siano non solo frutto di una tradizione artigiana, ma di un elevato livello tecnologico ed un’intensa **attività di ricerca**.

Oltre ad interventi di carattere settoriale, gli strumenti di promozione riguardano dunque anche azioni a più ampio respiro, in grado di veicolare - attraverso uno specifico **Progetto Tecnologia** - la capacità di ricerca e sperimentazione innovativa, l’innovazione tecnologica applicata e la flessibilità d’adattamento dei processi produttivi così tipiche del nostro sistema industriale.

- **MECCANICA**

Grazie ai progressi registrati dalle tecniche di progettazione, costruzione ed utilizzo, l’industria italiana ha conquistato una posizione di **leadership a livello mondiale**: le aziende rappresentano una realtà che offre agli utilizzatori finali impianti e servizi di altissimo livello tecnologico ed in continua e dinamica evoluzione. La struttura industriale è differenziata, con la presenza contestuale di aziende di grandi dimensioni e una molteplicità di imprese medio-piccole, estremamente flessibili e dinamiche. L’export rappresenta una vocazione caratteristica dei vari settori.

Per il 2009 le iniziative dell’ICE mirano anche ad allargare il raggio geografico degli interventi, in una logica di economia di scala e diffusione delle esperienze acquisite con l’inserimento di iniziative mirate - laddove vengano indicate priorità e vi siano stanziamenti supplementari - attivando una serie di attività “minime” di promozione della tecnologia italiana anche in mercati “minori” e finora poco toccati da attività promozionali.

Parallelamente vengono estesi i settori/comparti da promuovere, per presentare non solo la meccanica strumentale ma la tecnologia nel suo insieme; la forza della meccanica italiana, intesa come il risultato di un'intensa sperimentazione innovativa, resta uno degli strumenti cardine per fare della tecnologia una nuova componente stabile dell'immagine del nostro Paese.

• mercati e interventi

In sintesi e suddivise per comparti queste le principali attività che verranno realizzate nel 2009:

- **Macchine industria alimentare:** gli interventi promozionali coinvolgono anche le macchine per enologia e imbottigliamento. Per quanto riguarda i mercati maturi, verrà realizzato un Punto Italia alla *Process Expo* di Las Vegas, principale fiera del settore.

In considerazione del buonissimo risultato ottenuto nel 2008, è prevista anche quest'anno la realizzazione di una partecipazione collettiva in **Iran** alla più importante manifestazione settoriale. In **Sud Africa**, visto il crescente peso del settore viti-vinicolo, viene realizzata una partecipazione fieristica affiancata da un seminario/workshop ed incontri bilaterali. Missioni di operatori esteri alle principali manifestazioni in Italia completano il progetto.

- **Macchine confezionamento e imballaggio:** l'attività promozionale si indirizza in particolare verso l'**Europa orientale** e - tra i Paesi emergenti - verso l'**India**. Sono mantenuti gli interventi in **USA**, per migliorare l'immagine del settore e mantenere le quote di mercato acquisite, ed in **Messico**.

- **Macchine grafiche, cartarie e cartotecniche:** i paesi focus sono **Russia, Ucraina, Cina**, area mediterranea (in particolare l'**Egitto**) e Sud America (con attenzione al **Brasile**), dove saranno realizzate attività di formazione, di promozione e di monitoraggio dei mercati.

- **Macchine lavorazione plastica e gomma:** sono programmate partecipazioni fieristiche in **Brasile, Malesia, Cina, USA e Thailandia**; corsi di formazione in Italia, seminari tecnologici in **Slovacchia**; indagini di mercato in **Polonia e Stati Uniti**.

- **Macchine Tessili:** quest'anno viene privilegiato il sostegno al comparto dei tessili **tecnici innovativi** e non tessuti. E' previsto un intero pacchetto integrato di attività (fiere, formazione, seminari) in **Bangladesh e India**.

- **Macchine per conceria, lavorazione cuoio e pelli:** tra le numerose iniziative previste si segnala l'intensa attività di formazione rivolta a tecnici stranieri e l'organizzazione di partecipazioni fieristiche in **Brasile e India**.

- **Macchine lavorazione legno:** i principali mercati sono **Russia e India** dove verranno realizzate attività di formazione e partecipazioni fieristiche, come anche in altri Paesi asiatici.

- **Attrezzature petrolifere e gas:** partecipazione alle principali manifestazioni fieristiche del settore che si svolgono in **Malesia, Cina, Russia e Scozia**.

- **Meccanizzazione agricola, macchine per movimentazione terra, edili e stradali, attrezzature per la zootecnia:** si concentrano gli sforzi promozionali sui mercati prioritari - **Russia, Cina e Brasile** - e su mercati consolidati come gli **USA** con tipologie di intervento mirate, dalle partecipazioni collettive fieristiche ai seminari/workshop, alle delegazioni estere in visita in Italia a fiere settoriali, per concludere con interventi di notevole impatto sia sulle aziende italiane che sugli operatori esteri, quali la *Convention* italiana della meccanizzazione agricola negli Stati Uniti.

• AUTOMOTIVE

L'industria italiana costruttrice di macchine utensili, robot e automazione è caratterizzata da elementi distintivi che ne fanno un'entità del tutto originale nel panorama mondiale: la diversità si manifesta già nella struttura del complesso produttivo, cui vanno aggiunte la forte propensione all'export e l'**elevata qualità dell'offerta**. L'industria automotive è la principale utilizzatrice di macchine utensili (17%) dopo quella della meccanica varia (27,8%).

Nel 2007 le esportazioni italiane di macchine utensili sono aumentate del 12,1%, migliorando il record registrato nel 2006. Il 51,2% delle esportazioni italiane è stato diretto verso i Paesi dell'**Unione Europea**, che nel 2006, ne avevano assorbito il 49%.

L'Asia è risultata - dopo quella comunitaria - l'area più interessata all'offerta italiana: molto bene le esportazioni in **India**, salita al decimo posto tra i mercati di sbocco. L'**Europa extra UE** è la terza area di sbocco della produzione italiana, i maggiori acquirenti si sono rivelati Russia, Turchia e Svizzera.

• mercati e interventi

Considerata l'alta percentuale della produzione italiana destinata all'estero, le attività mirano a rafforzare le posizioni acquisite sui mercati internazionali di più tradizionale sbocco e ad acquisire quote di mercato su quelli emergenti (in particolare **Cina, India, Russia, Brasile**). Diversi gli strumenti promozionali impiegati, tra cui partecipazioni collettive, azioni collaterali in occasione di importanti fiere settoriali, missioni di operatori esteri in Italia e seminari di presentazione sui principali mercati esteri. A ciò si affianca poi una costante azione di aggiornamento ed approfondimento delle conoscenze sul settore attraverso **indagini e studi di mercato**. Nell'ambito dei mercati stabiliti come prioritari dalle Linee direttrici ministeriali, particolare attenzione per le **macchine utensili** viene posta per l'area dei **Balcani**, per cogliere le opportunità che il rilancio del settore sta avendo per le aziende italiane.

Per il settore **componentistica auto** e attrezzature per officine sono previsti interventi su mercati internazionali caratterizzati da significative potenzialità commerciali: **Paesi del Golfo, Federazione Russa, USA, India e Sud Africa**. Le tipologie di intervento promozionale proposte vanno da campagne di comunicazione ad azioni di supporto a partecipazioni collettive. Inoltre, sempre all'interno dell'ampio comparto dei mezzi di trasporto, emerge la capacità del settore delle due ruote - **ciclo e motociclo** - di proporsi collettivamente su mercati lontani e di difficile penetrazione come **Estremo Oriente e Stati Uniti**.

• NAUTICA DA DIPORTO

L'Italia si riconferma buona esportatrice di **imbarcazioni da diporto**, vendendo all'estero il 56% del valore della produzione - di cui poco più della metà verso i paesi UE - mentre si afferma al primo posto in Europa come valore della produzione e seconda nel panorama mondiale, dopo gli Stati Uniti. L'attività di promozione all'estero per il settore è focalizzata su una presenza concreta e fattiva a fiere e manifestazioni di settore ed è rafforzata da un'intensa campagna pubblicitaria che intende valorizzare il *Made in Italy* della nautica con il marchio **Buy Italian**, che porta nel mondo non solo la classe e l'eleganza, ma anche l'alta tecnologia e l'innovazione che caratterizzano da sempre il prodotto nazionale.

Obiettivo principale dell'azione promozionale ICE a sostegno dell'internazionalizzazione della **cantieristica navale** è promuovere la proiezione internazionale del settore e delle aziende del suo indotto, con produzione e mano d'opera provenienti da imprese sub-fornitrici, che realizzano fino al 75% del valore di una nave. La gamma dei prodotti offerti è completa, con talune specializzazioni tipologiche, in cui si sono raggiunte posizioni di assoluto rilievo.

• mercati e interventi

Per le aziende produttrici di imbarcazioni da diporto i Paesi oggetto della promozione saranno **USA, Canada, Brasile, Francia, Balcani, Croazia, EAU, Russia, Cina, India, Australia e Nuova Zelanda**.

Per il settore della cantieristica i Paesi saranno gli **USA**, la **Norvegia**, la **Germania** e la **Corea del Sud**. In entrambi i settori l'attività all'estero è completata con missioni di operatori/giornalisti in visita in Italia ai principali eventi del settore e presso le maggiori realtà produttive del Paese, per promuovere ulteriormente l'offerta del comparto.

• INDUSTRIA AEROSPAZIALE

Rappresenta senza dubbio un elemento propulsivo dell'economia italiana, settima al mondo e quarta in Europa, dopo Gran Bretagna, Francia e Germania: con i suoi 50.000 addetti - di cui 38.000 nei settori **aeronautica** e spazio - costituisce uno dei pochi settori hi-tech in grado di produrre innovazioni con indotto anche su altre aree industriali nazionali.

A parte i grandi gruppi industriali, fondamentale è il ruolo svolto dalle PMI nella composizione della filiera per la loro capacità di generare innovazione e tecnologia in alcuni settori di eccellenza, come l'**elicotteristica** e le tecnologie legate allo sviluppo di nuovi velivoli non pilotati (UAV). Nel settore dell'**elettronica della**

difesa, l'Italia ha consolidato la sua importante posizione in Europa, configurandosi quale secondo polo regionale. Nel settore dello **spazio** l'Italia ha grande credibilità grazie allo sviluppo di programmi nazionali ed alla partecipazione a programmi internazionali (anche col ruolo di *prime contractor*) nel comparto dei **satelliti** per telecomunicazioni avanzate civili e militari e per l'osservazione della terra, oltre che di satelliti scientifici ed infrastrutture orbitanti.

• mercati e interventi

Per accrescere il peso dell'industria italiana nel contesto internazionale le iniziative si focalizzano su nuovi mercati di sbocco extraeuropei, quali **India** e Sudamerica - in particolare **Brasile** e **Cile** - vista la ripresa delle economie locali e l'esigenza di questi Paesi di modernizzare i propri sistemi di difesa, trasporto e monitoraggio ambientale. La partecipazione a saloni internazionali è stata studiata per fornire **un'immagine di sistema paese** unitaria e forte, ed è realizzata con l'associazione di categoria AIAD e viene resa più consistente la presenza di PMI, che danno vita ad una forte piattaforma industriale basata su applicazioni, prodotti e processi in grado di rispondere in modo appropriato alla domanda dei mercati esteri.

• LOGISTICA

L'ICE ha iniziato nel 2002 un'attività di promozione della logistica intesa come insieme di servizi e tecniche capaci di migliorare la competitività delle aziende sui mercati esteri, sviluppandone l'efficienza negli approvvigionamenti e nella distribuzione dei loro prodotti. Tre le direttrici di azione:

- Promozione della logistica come **strumento di competitività** e penetrazione commerciale all'estero;
- Promuovere l'**Italia** quale **piattaforma logistica** dell'Europa verso il Mediterraneo e l'Asia;
- Sviluppare l'**integrazione logistica dei processi** commerciali ed imprenditoriali fra l'Italia, l'area mediterranea, quella dell'est e sud-est europeo.

Nella complessità crescente, il successo delle imprese dipende sempre meno da ciò che si fa e sempre più dal modo in cui lo si fa. L'enfasi passa, dunque, da un approccio per funzioni - che genera azioni finite in sé stesse - ad un **approccio per processi**, che genera una continuità di interconnessioni, in cui funzioni e azioni sono regolate, coordinate, valutate e ri-programmate rispetto alla risposta del contesto economico, in un adattamento permanente ai mutamenti del contesto stesso.

La difficoltà del competere per processi è il limite primo che le PMI incontrano sui mercati internazionali, limite che nasce tanto da fattori dimensionali (economie di scala) quanto culturali.

Il Progetto Logistica (**PL**) punta ad innescare processi di trasformazione organizzativa trainati dalla domanda estera nella sfera delle piccole e medie imprese e, più in particolare, in quell'ambito tipico del sistema produttivo italiano rappresentato dal **distretto industriale**.

• mercati e interventi

I filoni di attività del PL sono sostanzialmente due: aggregare imprese, razionalizzare i loro flussi economici per accrescerne la competitività internazionale; sviluppare canali logistici per le imprese italiane in aree geo-economiche prioritarie.

I progetti destinati allo sviluppo delle connessioni logistiche, hanno la seguente impostazione di base:

- agevolare le imprese manifatturiere italiane nella **distribuzione** dei loro prodotti e nell'approvvigionamento di parti e semilavorati, fornendo i contatti locali utili;
- orientamento logistico all'internazionalizzazione attraverso una crescita nell'**assetto organizzativo** delle aziende;
- individuare i "minimi comuni denominatori" per avviare **aggregazioni** produttive e/o distributive, generando economie di scala;
- studi sul migliore utilizzo delle infrastrutture di **veicolazione delle merci** in una data area di interesse (dai magazzini alle piattaforme intermodali, da reti ferroviarie a sistemi ITC);
- studi sulle **normative** e procedure legate ai flussi transfrontalieri di merci.

I Paesi di attività sono stati individuati in **Giappone, Europa, Golfo, Egitto** e inoltre **Russia e Cina**, che rientrano tra le Aree prioritarie indicate nelle Linee Diretrici ministeriali.

Per informazioni: beni.strumentali@ice.it