

NUMERO 1
2017

SACE MAG

GLOBAL PERSPECTIVES AND SOLUTIONS

Quale made in Italy?

“Welcome to the Machine”: meccanica alla ricerca di un brand Made in Italy e di una competitività più forte, nell'ultima indagine di SACE dedicata alle aziende italiane

E. Rossi
I rischi per l'Europa
nel dopo Brexit
p. 6

**Le sfide del settore
di punta del nostro
export**
p. 10

**Storie di imprese
Innovazione
italiana**
p. 27

**Frontiere
Perù, Corea del Sud,
India**
p. 35

IL POLO DELL'EXPORT DA OGGI A BOLOGNA

DA OGGI GLI UFFICI
DELLA SEDE DI MODENA
SI SONO TRASFERITI
A BOLOGNA
IN VIA M.E. LEPIDO, 182/2.

TI ASPETTIAMO
PER PRESENTARTI
L'OFFERTA
DEL GRUPPO CDP

BOLOGNA@SACE.IT
TEL: 051 0227440

UN POLO UNICO PER L'EXPORT E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Beniamino Quintieri
Presidente SACE



prendere loro come, proteggendosi dai rischi, possono aumentare sostanzialmente la propria competitività. In prospettiva, lavoreremo sempre di più insieme alle banche e alle istituzioni competenti affinché all'azienda che assicura i propri crediti dal rischio di mancato pagamento (e quindi protegge il proprio fatturato) venga riconosciuto uno *standing* creditizio più elevato ai fini dell'accesso ai finanziamenti.

Oggi il nostro impegno cresce e si fa gioco di squadra. Con il conferimento di SIMEST a SACE si concretizza il "Polo italiano per l'export e l'internazionalizzazione": grazie all'integrazione e ottimizzazione dei punti di contatto tra le diverse società del nostro perimetro, le imprese italiane che competono nel mondo hanno ora un unico punto di accesso per aderire all'offerta del Gruppo Cassa depositi e prestiti dedicata allo sviluppo internazionale.

Puntare sull'export e l'internazionalizzazione oggi non è più solo un'opportunità, ma una necessità. In un mondo in cui rischi e volatilità sono in aumento e la crescita rallenta, continuare ad alimentare questo motore di sviluppo – che negli ultimi cinque anni ha rappresentato l'unico contributo positivo al Pil italiano – è una sfida che richiede coraggio da parte di tutti gli *stakeholder*.

È quanto mai necessario fare sistema per dare forza, con strategie organiche e strutturate, a quei progetti di internazionalizzazione che generano sviluppo per l'Italia.

Da quarant'anni SACE offre il suo contributo in questa direzione, sostenendo le piccole, medie e grandi imprese italiane nei loro piani di crescita all'estero, accompagnandole nella scelta dei mercati a maggior potenziale e nella gestione dei rischi connessi all'operatività in un contesto di crescente complessità.

Siamo impegnati a promuovere una "cultura del rischio" indispensabile per chi intende puntare sulla crescita oltreconfine. Le nostre Pmi sono un target prioritario di quest'azione: il nostro obiettivo è far com-

L'obiettivo è ambizioso, ma cruciale: far compiere alle imprese italiane un ulteriore salto di qualità nell'affrontare i mercati esteri, aumentando di oltre il 50% i volumi a supporto dei loro progetti e offrendo una gamma ormai completa di strumenti assicurativo-finanziari a sostegno dello sviluppo estero: accesso a finanziamenti; agevolazioni sui tassi d'interesse; assicurazione delle vendite dal rischio di mancato pagamento; partecipazione al capitale per piani di crescita sui mercati; sostegno e protezione degli investimenti esteri; garanzie fideiussorie per gare e commesse; anticipazione dei crediti vantati verso i clienti italiani ed esteri tramite il factoring. Il nostro impegno per il prossimo futuro è proseguire in questo cammino di integrazione, a tutto vantaggio delle imprese e del Sistema Paese.

Perché far crescere l'export fa crescere l'Italia. ●

Generatori di innovazione

I poli d'innovazione italiani crescono oltreconfine e attirano investimenti.

DOVE SONO



COSA SONO

I poli d'innovazione sono raggruppamenti di imprese e di organi di ricerca che condividono installazioni tecnologiche per favorire la collaborazione e facilitare il trasferimento di conoscenze e informazioni all'interno del polo stesso.

OBIETTIVI

Scambio di conoscenze, condivisione delle installazioni e, trasferimento tecnologico tra i soggetti che aderiscono al polo e continua ricerca di innovazione.

SOSTENIBILITÀ

La sostenibilità è garantita dalla gestione delle installazioni e dalla vendita di servizi qualificati alle imprese che aderiscono al Polo.

GOVERNANCE

I poli sono spesso organizzati in società consortili, allo scopo di favorire l'integrazione dei vari soggetti coinvolti.

MOLTE LE OPPORTUNITÀ DA COGLIERE ALL'ESTERO...

EXPORT

Le imprese appartenenti ai poli tecnologici che esportano sono il 31% del totale. Il settore con più propensione all'estero è il farmaceutico (71%), mentre quello con la minore propensione è l'ICT (26%).

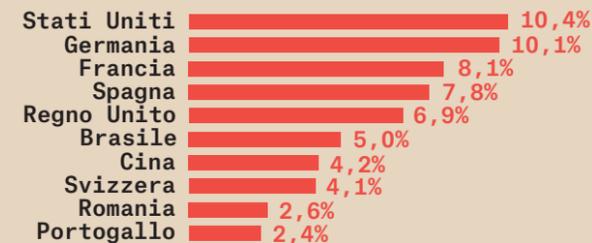
Le migliori performance export per settore:

- ICT: Milano (3,2 mld)
- Aeronautica: Varese (1,8 mld)
- Biomedicale: Mirandola (0,6 mld)
- Farmaceutico: Frosinone/Latina/Roma (7,9 mld)

INVESTIMENTI DIRETTI ESTERI

Il settore farmaceutico ha un ruolo di primo piano anche per gli investimenti diretti in uscita, con il 17% delle imprese del settore che hanno partecipazioni all'estero. Seguono i settori dell'aeronautica (15%), del biomedicale (9%) e dell'ICT (7%).

Dove sono diretti gli IDE dei poli tecnologici? (%)

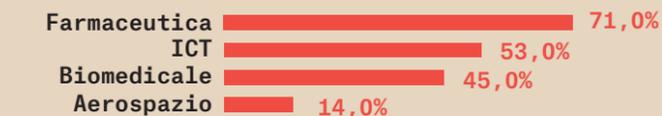


...MA ANCHE IL MONDO HA GLI OCCHI PUNTATI SUI POLI.

CAPITALE ESTERO

Il 13% delle imprese dei poli è partecipata da multinazionali straniere per un valore complessivo di fatturato pari a € 32 mld, oltre la metà del fatturato generato dai poli. Particolarmente importante il ruolo degli investitori esteri nel settore farmaceutico (58%). Seguono il biomedicale (15%), l'aerospaziale (13%) e l'ICT (11%).

Peso fatturato delle partecipate estere sul fatturato totale (%)



EDITORIALE

3 Un polo unico per l'export e l'internazionalizzazione
di Beniamino Quintieri

L'OPINIONE

6 I rischi per l'Europa nel dopo Brexit
di Emilio Rossi

METEO MERCATO

DI CHE PASTA È FATTO L'EXPORT ITALIANO?

9

STORIA DI COPERTINA

10 Welcome to the machine

CAPITANI DEL NUOVO MONDO

18 THIerno BOGAR TALL
Il colore dei sogni

NEXT STOP

24 START-UP
MoneyFarm

DETAILS

26 REALTÀ AUMENTATA
Oltre i 5 sensi

SIDECAR

28 MONTALBANO RECYCLING
Tesori nascosti

30 ARISTONCAVI
Energia che corre

32 PROMA
Il successo è nei dettagli

SE NE PARLA

34 Intranet del futuro
Stay connected

FRONTIERE

36 PERÙ
La nuova estrella

38 COREA DEL SUD
Oltre la tradizione

40 INDIA
Lavori in corso

DIRETTI AI DISTRETTI

22



↑ Emilio Rossi

I rischi per l'Europa nel dopo Brexit

Sarà il fattore politico più che economico a pesare sugli scenari futuri

L'OPINIONE DI EMILIO ROSSI, PRESIDENTE DI ECONPARTNERS E SENIOR ADVISOR DI OXFORD ECONOMICS

L'impatto economico della Brexit sarà significativamente maggiore per il Regno Unito che per l'Unione Europea e con alcuni settori molto più colpiti di altri. Secondo le analisi più accreditate, la riduzione complessiva del Pil britannico causata dalla Brexit nei prossimi quindici anni oscillerebbe tra il 2% e il 9% negli scenari ipotizzabili

delle negoziazioni a iniziare da marzo 2017. L'impatto per l'Unione Europea sarebbe, invece, decisamente minore e compreso tra lo 0,2% e l'1%. In entrambi i casi, gli effetti si manifesterebbero soprattutto nei primi due/tre anni. Tale forte asimmetria si spiega con il peso diverso che le due economie rappresentano l'una per l'altra: nel 2015 il 44% delle esportazioni del Regno Unito ha avuto come destinazione l'Ue, mentre solo il

COSA ACCADE NEL MONDO

CATEGORIA DI RISCHIO

0-30 Rischio Basso	31-70 Rischio Medio	71-100 Rischio Alto
Mancato pagamento controparte sovrana	Mancato pagamento controparte corporate	Mancato pagamento controparte bancaria
Trasferimento capitali e convertibilità	Esproprio e violazioni contrattuali	Guerra e disordini civili

COLOMBIA



Il Governo colombiano e le Forze Armate Rivoluzionarie della Colombia (Farc) hanno siglato un nuovo accordo di pace per porre fine al conflitto durato più di 50 anni, che ha causato 250 mila morti e oltre 2 milioni di sfollati. Il precedente armistizio era stato sottoposto a referendum popolare e rifiutato perché ritenuto troppo indulgente. Da quel momento, le trattative tra le Farc e il Presidente Santos - che il mese scorso ha vinto il Premio Nobel per la Pace - sono state ininterrotte. Le modifiche all'accordo includono la stesura di un inventario dei beni dei ribelli, che saranno utilizzati per risarcire le vittime, la rimozione dei magistrati stranieri dai tribunali e il coinvolgimento delle Farc nella lotta al traffico di droga. È esclusa per ora l'ipotesi di un nuovo referendum per rendere effettivo l'armistizio.

GRECIA



Le stime preliminari del PIL mostrano una crescita nel terzo trimestre dello 0,5% sui tre mesi precedenti (+1,5% il dato tendenziale), oltre le aspettative. Per la prima volta

da due anni il Pil di Atene cresce per due trimestri consecutivi ponendo fine, formalmente, alla recessione. È stato, inoltre, rivisto al rialzo anche il dato congiunturale del periodo aprile-giugno (da +0,2 a +0,3%). Questi risultati potrebbero portare l'economia greca a crescere nel 2016 dello 0,1%, in contrasto con le previsioni di contrazione dello 0,3%, formulate da diversi istituti.

IRAN



L'Iran ha esportato 11,7 milioni di tonnellate di prodotti petrolchimici nei primi sette mesi del calendario iraniano (20 marzo - 20 ottobre). Il Paese ha una capacità produttiva di oltre 63 milioni di tonnellate all'anno, cifra destinata a salire a 130 tonnellate entro il 2025. Circa 21 complessi petrolchimici hanno registrato un eccesso di output. La rimozione delle sanzioni si è infatti tradotta in un vero e proprio boom della produzione e dell'export, soprattutto verso destinazioni asiatiche come India, Cina e Corea del Sud. L'export verso l'Europa, in particolare Germania, Regno Unito e Ungheria, è raddoppiato nei primi sette mesi del 2016 rispetto all'anno precedente.

MOZAMBICO



S&P ha abbassato il rating sovrano del Paese da CCC a CC, con outlook negativo. Secondo i criteri dell'agenzia, la volontà del Governo di ristrutturare il debito a tasso fisso denominato in dollari (726 milioni di dollari), emesso in aprile 2016 e in scadenza nel 2023, equivale al default. A ottobre, inoltre, il Governo aveva annunciato l'intenzione di ristrutturare due prestiti commerciali in valuta estera con garanzia sovrana (1,155 miliardi di dollari) emessi da società statali. La ristrutturazione di questi prestiti rappresenta un ulteriore indicatore della tensione fiscale del Paese e di una debole cultura di pagamento del debito. Anche le previsioni sulla crescita del Pil sono state riviste al ribasso, in linea con il più labile contesto macroeconomico.



17% delle esportazioni dell'area Ue è andato verso il Regno Unito. Per quel che riguarda l'Italia, SACE, all'indomani del referendum, aveva stimato per il 2017 una riduzione contenuta delle esportazioni italiane verso il Regno Unito tra il 4% e il 7% (appena lo 0,4% del totale delle esportazioni italiane nel peggiore dei casi). Queste valutazioni tengono conto di politiche economiche e monetarie compatibili con l'evolversi della situazione economica dei due blocchi e di ipotesi ragionevoli sugli accordi che saranno raggiunti.

Tuttavia, il vero impatto economico della Brexit sarà pienamente valutabile solo quando sarà chiaro il quadro di riferimento delle negoziazioni tra le due parti. Il ventaglio di opzioni possibili è ampio e va dalla soluzione "moribonda" di un accordo basato sul modello di quello esistente tra Ue e Norvegia, all'assenza di accordo che darebbe alla al Regno Unito lo status di "Most Favoured Nation" nell'ambito delle regole del Wto, passando per una serie di possibilità intermedie, inclusa quella di un *Free Trade Agreement*. Le dure dichiarazioni recentemente rilasciate dai

governanti di entrambe le aree fanno probabilmente parte di una "guerra di posizionamento" prima dell'avvio delle negoziazioni, ma le due parti sono portatrici di esigenze oggettivamente contrastanti e apparentemente inconciliabili. Il governo di Theresa May è cosciente dell'importanza per l'Europa dei 27 del surplus commerciale di quasi 120 miliardi di euro che proprio l'Ue detiene nei confronti del Regno Unito. D'altro canto, i governanti della Ue sono coscienti dell'importanza per il Regno Unito di non vedere emigrare verso l'Europa parti importanti della sua struttura economica. La perdita da parte degli operatori finanziari londinesi del "passaporto" per operare in Europa potrebbe spostare una quota significativa dell'attività della City verso l'Ue. Lo stesso dicasi per la produzione in alcuni settori, come ad esempio l'automobilistico, e più in generale per gli investimenti diretti dall'estero.

Il governo britannico punta quindi a mantenere la libertà di movimento relativamente allo scambio di beni e servizi, minimizzando il rischio di barriere tariffarie e non tariffarie. Allo stesso

tempo, chiede sia la libertà legislativa sulla regolazione dei flussi migratori, sia il pieno potere giuridico delle Corti di Giustizia britanniche le quali, soprattutto dopo il Trattato di Lisbona, si sono trovate in crescente conflitto con la Corte di Giustizia europea. Viceversa, per l'Unione Europea derogare al Trattato di Lisbona e ai quattro principi della libertà di circolazione di capitali, merci, servizi e persone stabiliti con il Trattato di Roma alimenterebbe le numerose forze centrifughe esistenti al proprio interno e rischierebbe di essere l'inizio della frantumazione del sogno europeo. E potrebbe essere sufficiente la defezione di un singolo Stato membro che raggiungesse un accordo bilaterale su qualche aspetto rilevante dei trattati a provocare un effetto domino difficilmente controllabile e dalle conseguenze potenzialmente disastrose per l'Unione dei 27.

I rischi della Brexit per l'Europa derivano quindi soprattutto da fattori di tipo politico che potrebbero amplificare notevolmente l'impatto puramente economico. Oltre i termini dell'accordo, ma con questi interconnessi, non sono assolutamente da sottovalutare anche i rischi relativi a una pluralità di temi che toccano entrambe le aree, di più difficile gestione per l'Unione Europea data la complessità che caratterizza la sua *governance*. Ogni compromesso andrebbe ratificato da una maggioranza qualifica-

ta degli Stati membri e dalla successiva approvazione del Parlamento europeo, con l'appendice di potenziali referendum nazionali sull'accordo. Se l'effetto immediato della Brexit si è manifestato visibilmente con il deprezzamento della sterlina del 15% rispetto all'euro, altri aspetti eminentemente politici andranno affrontati nel medio e lungo termine. La gestione delle spinte indipendentiste all'interno di entrambe le aree, la politica di sicurezza e difesa nel contesto globale, la gestione del movimento dei flussi migratori, le problematiche giuridiche (che si acuirebbero se la negoziazione andasse oltre i due anni previsti nei trattati) sono temi fortemente intrecciati tra loro e il modo in cui saranno risolti peserà a sua volta sull'impatto economico complessivo. ●

CHI È EMILIO ROSSI

Senior Advisor di Oxford Economics e Presidente di EconPartners, è esperto in consulenze in materia di pianificazione strategica, internazionalizzazione delle imprese e valutazione degli investimenti. Dopo alcuni anni di formazione al Cnr e come

Senior Economist al Centro Studi Eni, ha sviluppato competenze internazionali e diversificate ricoprendo incarichi apicali in Standard&Poor's/Dri (Managing Director South Europe, Managing Director Innovation Services, Managing Director Europe) e in Global Insight

come Managing Director Consulting Services, fornendo supporto di *intelligence*, pianificazione strategica, valutazione di mercati a primarie società europee e globali. Ha contribuito a numerosi progetti di analisi economica e di specifici settori della Commissione

Europea. È autore di numerose pubblicazioni, scrive su giornali e riviste specializzate, è stato membro di Advisory Boards di numerose istituzioni e associazioni, tiene seminari presso la Scuola di Formazione della Presidenza del Consiglio.

NEWS DAI MERCATI EMERGENTI

NICARAGUA



Daniel Ortega ha prevalso con una vittoria schiacciante nelle ultime elezioni, assicurandosi il terzo mandato consecutivo come Presidente. Nel 2014, infatti, la modifica costituzionale aveva autorizzato la rielezione del Capo dello Stato senza limiti di mandato. I risultati ufficiali gli attribuiscono il 72% dei voti, su circa 4 milioni di aventi diritto. Ortega assumerà l'incarico il prossimo 10 gennaio insieme alla moglie e vicepresidente Rosario Murillo, restando al governo fino al 2022. Nel 2007, Ortega aveva "ereditato" il secondo Paese più povero dell'America Latina. Ma nell'ultimo decennio, la crescita è stata notevole grazie alla cooperazione di Cuba e Venezuela all'interno dell'Alba (Alleanza Bolivariana per le Americhe) e alle riforme di ispirazione socialista.

OMAN



Il piano di espansione delle quattro Special Economic Zone (SEZ) a Duqm, Salalah, Sohar e Al Mazunah mira ad attrarre maggiore capitale privato nei settori delle costruzioni industriali e commerciali, sganciandosi dal modello tradizionale a trazione pubblica. La dipendenza del Paese dal petrolio e il deficit fiscale atteso nei prossimi anni stanno spingendo l'Oman a incrementare la partecipazione del settore privato, con una quota fino all'80% per i progetti inclusi nella seconda fase del Programma Nazionale per l'Aumento della Diversificazione Economica. Le SEZ rappresentano uno dei pilastri del Programma, che comprende il potenziamento dei porti collegati.

SVEZIA



La Svezia pianifica di trasformare il proprio mix energetico puntando al 100% di energie rinnovabili entro il 2040. Oggi il Paese ricava il 57% del suo fabbisogno dalle rinnovabili

li e il restante 43% perlopiù dal nucleare. La chiusura dei reattori nucleari entro il 2020 genererà una contrazione dell'output energetico del 6% (circa 12 TWh) nei prossimi 4 anni e darà ulteriore impulso all'espansione dei segmenti di energia green non idroelettrica, principalmente eolico e biomassa. Secondo l'Ispettorato svedese per i mercati energetici, tuttavia, è necessario un sistema europeo avanzato per l'interconnessione e la distribuzione tra Paesi delle risorse energetiche rinnovabili in eccesso.

TRINIDAD E TOBAGO



Trinidad e Tobago registrerà una modesta crescita nel 2017 (+2%) grazie a prezzi medi dell'energia più alti e nuova capacità produttiva di gas naturale. Il settore energetico resterà, infatti, prevalente nell'economia trinidadiana, pur essendo in una fase di declino prolungato a causa degli scarsi investimenti per lo sviluppo *upstream*. La crescita sarà principalmente guidata dalle esportazioni a causa del clima economico debole che scoraggia gli investimenti e della forte pressione fiscale che, nel tentativo di ridurre il deficit fiscale, comprometterà ulteriormente il consumo privato e pubblico. Il Governo potrebbe, inoltre, lasciar svalutare il dollaro di Trinidad e Tobago per riequilibrare la bilancia commerciale con l'estero, causando un'accelerazione dell'inflazione.

VIETNAM



La Banca di Stato del Vietnam (SBV) ha inviato una circolare che contiene le intenzioni di limitare la capacità degli stranieri di aprire e depositare in conti bancari vietnamiti. Negli anni recenti, i conti stranieri sono stati sempre più regolamentati: un decreto del 2014 richiedeva restrittivamente la denominazione in valuta locale. Nel caso in cui venisse imposto il divieto di depositi esteri, gli investitori che oggi approfittano degli alti tassi di interesse e della relativa stabilità del Dong, sarebbero costretti a rivolgersi altrove. Il conseguente deflusso di capitali spingerebbe al ribasso la moneta, aprendo temporaneamente possibilità per gli IDE.

FILIERA AGROALIMENTARE

Di che pasta è fatto l'export italiano?



Icone-rivelazione del Made in Italy: macchine e prodotti agroalimentari, in un approccio integrato, possono valere 400 milioni di euro di nuovo export entro il 2019

Il Made in Italy, nell'immaginario collettivo, è da sempre sinonimo di agroalimentare, di tutti quei prodotti che restituiscono l'immagine di un Paese dall'alta qualità della vita, *world leader* nell'esportazione del "buon mangiare" e del "buon bere".

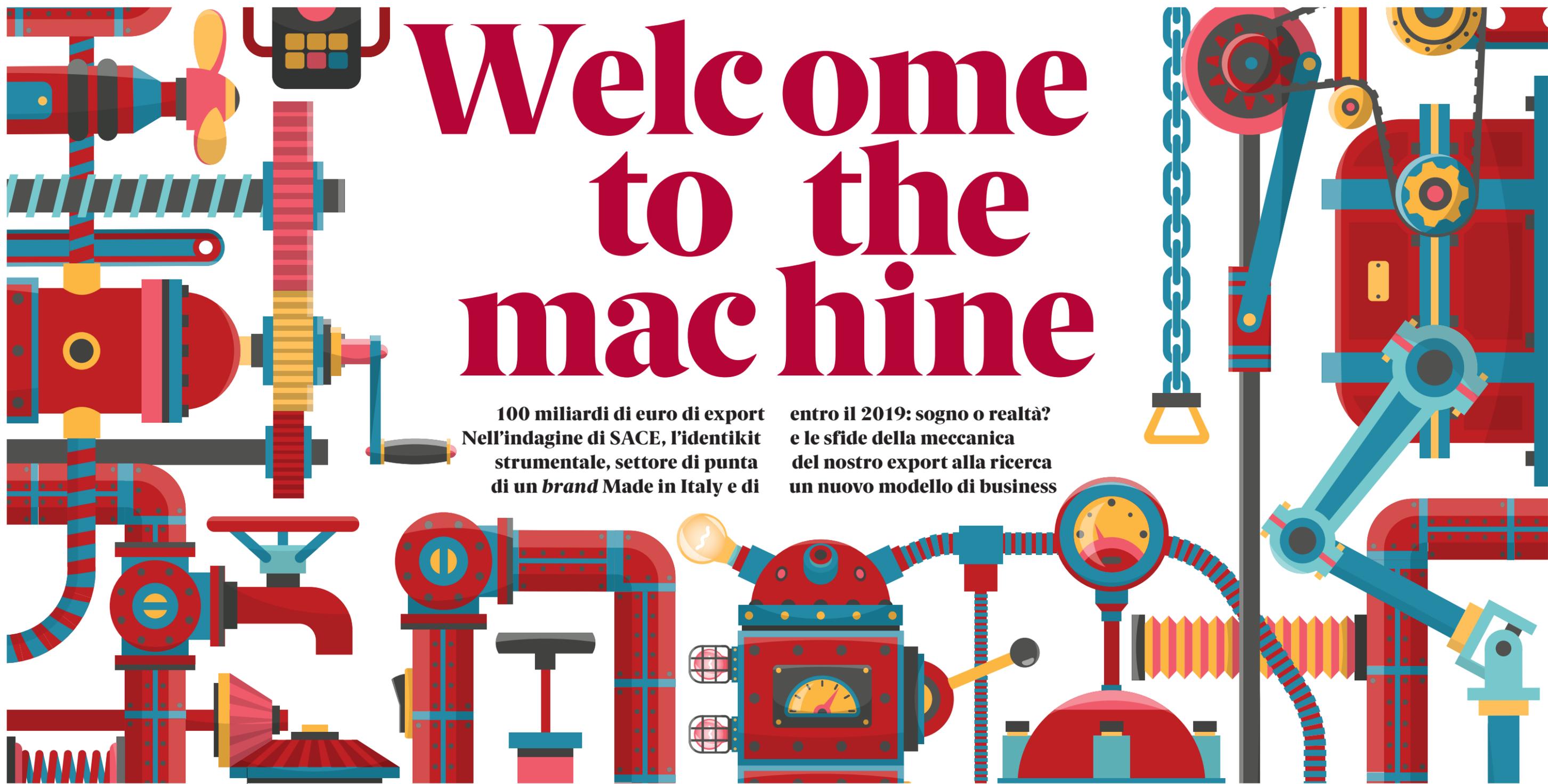
Il potenziale di crescita del nostro export in questo settore è ancora ampio, considerando che rappresenta "solo" l'8,9% dell'export nazionale e si compone per più della metà di tre prodotti: pasta, vino e formaggio. Tuttavia, la performance estera di questi tre beni non solo ha tenuto il passo con l'andamento mondiale degli ultimi anni ma è riuscita anche a fare meglio, nei comparti formaggi e vino, di *competitor* come Francia e Germania.

Un punto di forza, questo, che offre interessanti scenari per il settore contiguo dei macchinari per la produzione dei beni alimentari, che nel 2015 ha rappresentato il 4% dell'export di meccanica strumentale. Quale miglior biglietto da visita, per questi ultimi, che i beni agroalimentari che realizzano?

Focalizzandosi su quattro mercati più promettenti (Stati Uniti, Cina, India,

Messico), SACE ha esplorato il potenziale che una strategia esportativa di "filiera" potrebbe dischiudere per le macchine e i prodotti agroalimentari italiani in questi tre comparti di punta (pasta, vino e formaggi), rilevando opportunità di incremento dell'export pari a oltre 400 milioni di euro entro il 2019.

Il mercato cinese – sempre più simile al nostro per abitudini di consumo – e il Messico – che beneficerà di una crescita esponenziale della popolazione – evidenziano una chiara relazione tra prodotto venduto e macchinario necessario alla produzione di tutti i prodotti considerati. Appare più impegnativo seguire un approccio di filiera su mercati quali India, il più grande produttore e consumatore di latte al mondo, e Stati Uniti, ormai un mercato di riferimento per il Made in Italy. Nel primo caso, il settore più promettente rimane la meccanica legata al lattiero-caseario, con interessanti opportunità per pasta e relativi macchinari. Per gli Stati Uniti, l'ampia domanda interna di formaggi, soddisfatta principalmente da produttori locali, offre interessanti chances di sviluppo per la nostra meccanica correlata. ●



Welcome to the machine

100 miliardi di euro di export entro il 2019: sogno o realtà? e le sfide della meccanica del nostro export alla ricerca di un nuovo modello di business
 Nell'indagine di SACE, l'identikit strumentale, settore di punta di un *brand* Made in Italy e di

La meccanica strumentale italiana è il vero architrave che sostiene l'avanzo commerciale nazionale: con un valore di circa 82 miliardi di euro di beni venduti

nel mondo, rappresenta la prima linea del nostro export, il 21% del totale, e, mettendo a frutto il proprio potenziale di crescita estera, potrebbe raggiungere i 100 miliardi di euro entro il 2019. Meno chic e molto meno noto della moda

e del *food & beverage* nostrani, questo settore – che raccoglie in sé il 6% delle aziende manifatturiere e il 12% degli addetti all'industria in Italia – ha, infatti, una fortissima proiezione internazionale, con quote di fatturato estero pari a circa i tre quarti del totale

e può essere considerato, a buon titolo, un portabandiera del Made in Italy nel mondo: un comparto vasto ed eterogeneo, da conoscere, esplorare e valorizzare, con un ruolo potenzialmente trainante per il sistema industriale italiano ancora tutto da giocare.

IL CAMPO DA GIOCO

Il mercato della meccanica strumentale è considerevole: le esportazioni di questo settore valgono circa 1.600 miliardi di euro, pari al Pil italiano e al 9% del commercio globale.

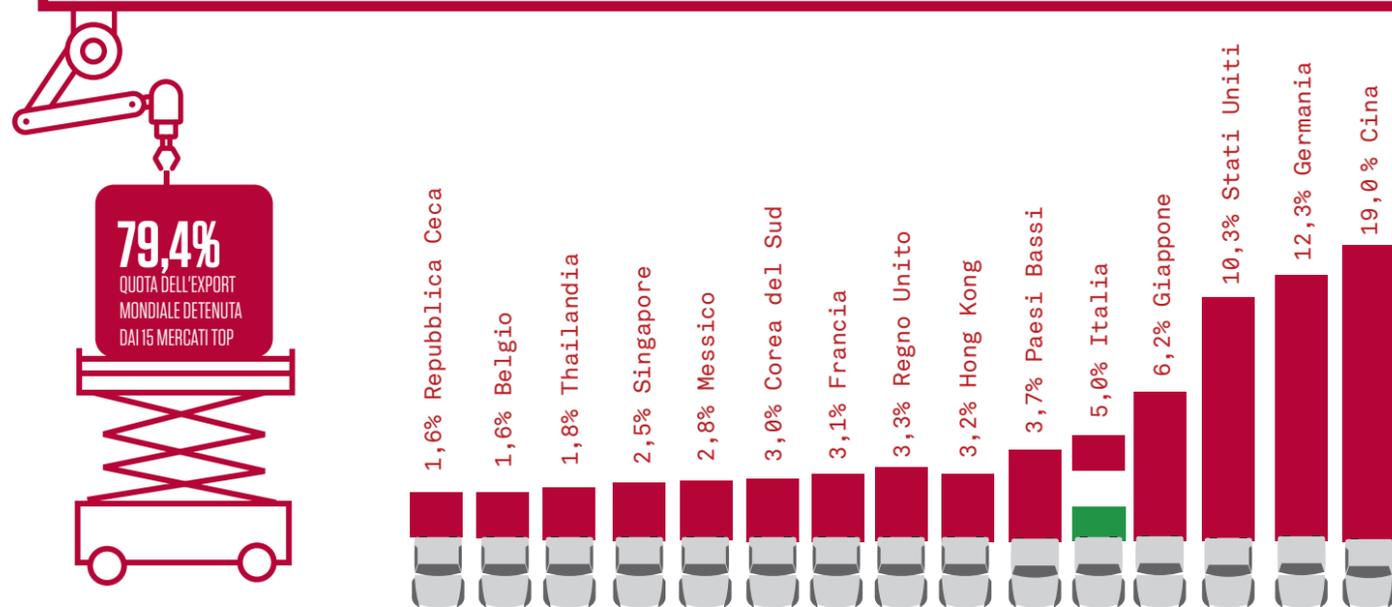
Oltre la metà delle tecnologie meccaniche vendute in tutto il mondo è costituita da macchinari di uso specifico (macchine utensili, per lavorare plastica e gomma, per il tessile, per la stampa, per il packaging). Circa un terzo è rappresentato da mac-

chinari “necessari”, ossia funzionali alla messa in opera di altre macchine (motori a pistone, pompe, rubinetterie, valvole) e oltre un sesto da macchinari “autonomi” (forni, laminatoi, bilance e altri utensili). Il mercato è piuttosto concentrato e dominato dai Paesi avanzati (Germania e Stati Uniti *in primis*), che detengono tre quarti dell’interscambio globale e sono sia i maggiori venditori, sia i principali

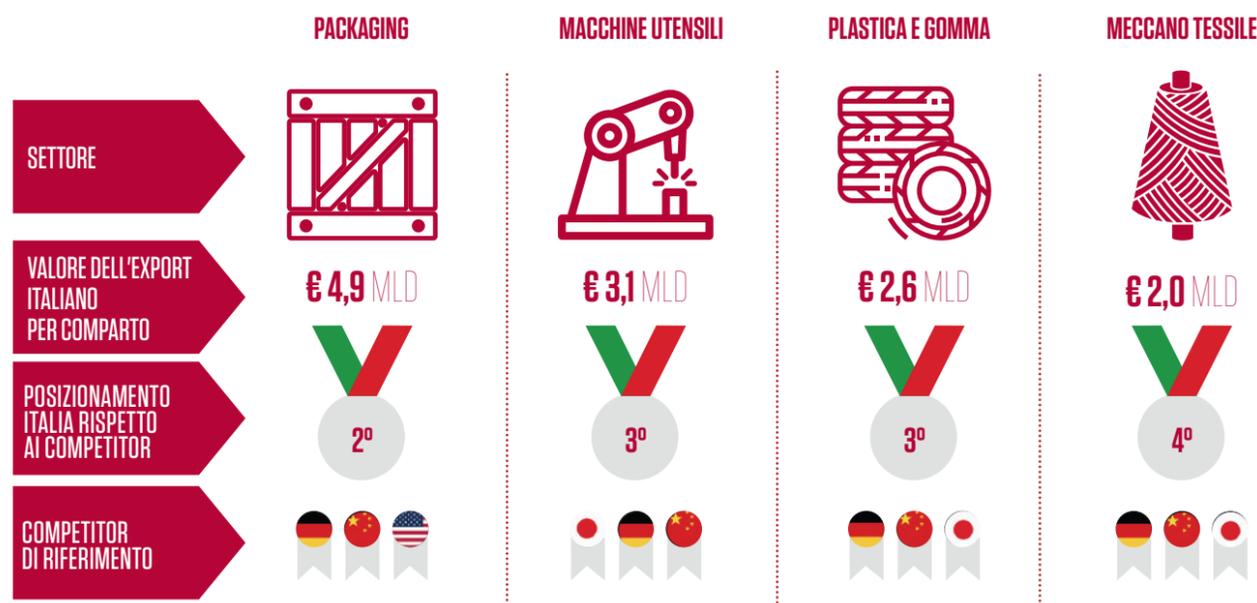
acquirenti di prodotti tecnologicamente evoluti. Eccezione che conferma la regola, la Cina che, grazie al suo duplice ruolo di *hub* produttivo – per le aziende estere interessate a espandersi nel mercato asiatico – e di punto di assemblaggio dei componenti prodotti nei Paesi limitrofi, è stata capace di evolvere e migliorare considerevolmente il contenuto tecnologico delle proprie produzioni.

In questo campo da gioco, l’Italia si difende bene. È il quinto esportatore mondiale, dopo i giganti Cina, Germania e Stati Uniti – che con quote di mercato a doppia cifra controllano da soli circa il 42% del mercato mondiale – e il Giappone. In alcuni comparti della meccanica il posizionamento del Bel Paese è ancora migliore. Siamo secondi al mondo nei macchinari per il packaging, a soli tre punti

QUOTE DI MERCATO DEI PRIMI 15 PAESI ESPORTATORI DI MECCANICA STRUMENTALE



COMPARTI DI ECCELLENZA DELLA MECCANICA STRUMENTALE ITALIANA



FONTE: ELABORAZIONE SACE SU DATI UN COMTRADE (2014)



percentuali dalla Germania, terzi nelle macchine utensili per la produzione di prodotti in plastica e gomma, quarti nel meccano-tessile.

Le nostre aziende si distinguono per la notevole personalizzazione del prodotto, per l’elevato contenuto tecnologico dei macchinari e per tutte quelle componenti “sartoriali” che caratterizzano il Made in Italy anche in altri settori. Ciò nonostante, quando si parla di meccanica il valore percepito del *brand* Made in Germany rimane superiore a quello italiano e restano evidentemente passi im-

portanti da compiere per sostenere il confronto con i nostri più grandi competitor d’oltralpe.

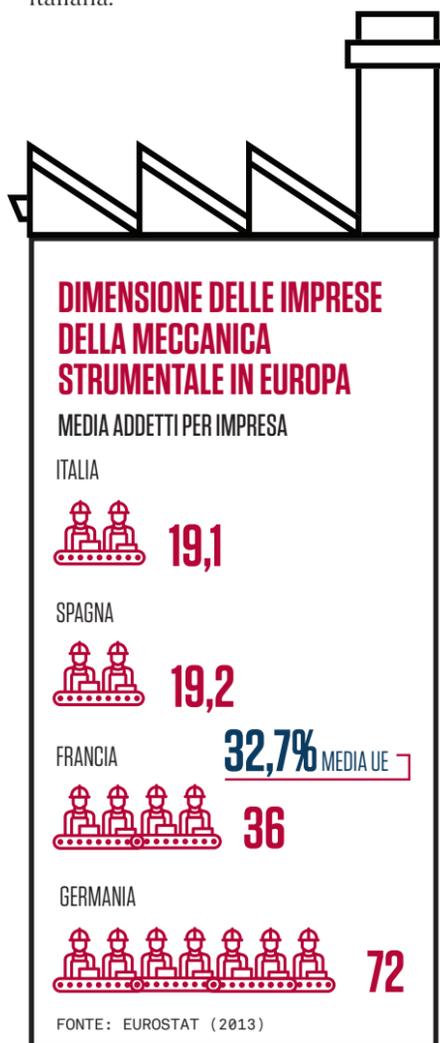
LA PAROLA ALLE IMPRESE

Per comprendere le direttrici su cui lavorare, SACE si è rivolta direttamente alle imprese, conducendo un’indagine su oltre duecento aziende italiane della meccanica. Il quadro che ne emerge evidenzia tratti distintivi da rafforzare e zone d’ombra da affrontare. Più della metà di coloro che hanno risposto ai quesiti afferma che i concorrenti

sono più esteri che italiani o solo esteri, e ciò vale soprattutto per aziende con più di cento addetti, mentre per le aziende più piccole, i concorrenti nazionali mantengono una certa rilevanza.

Se la competizione si gioca soprattutto oltre confine, per la maggior parte delle imprese la catena di fornitura è invece localizzata principalmente in Italia. Il 77% delle aziende si serve di fornitori prevalentemente o esclusivamente italiani, sebbene solo pochi di essi siano considerati strategici. Il costo di fornitura incide per oltre il 50% sul costo totale del prodotto

finito in oltre la metà dei casi intervistati. La dimensione media aziendale (diciannove addetti), seppure maggiore rispetto alla media del sistema produttivo nazionale (quattro addetti) ma inferiore alla media europea del comparto (trentatré addetti), e la *governance* relativamente semplice delle Pmi, solitamente a gestione familiare, sono due elementi che caratterizzano la meccanica strumentale italiana.



Ciò nonostante, il settore presenta una quota elevata di aziende innovatrici. Negli ultimi cinque anni, quasi la metà degli intervistati ha investito in ricerca e sviluppo (R&S) e oltre un quarto nella penetrazione di nuovi mercati e riorganizzazioni aziendali. La fonte di finanziamento primaria rimane il debito bancario, in un quadro



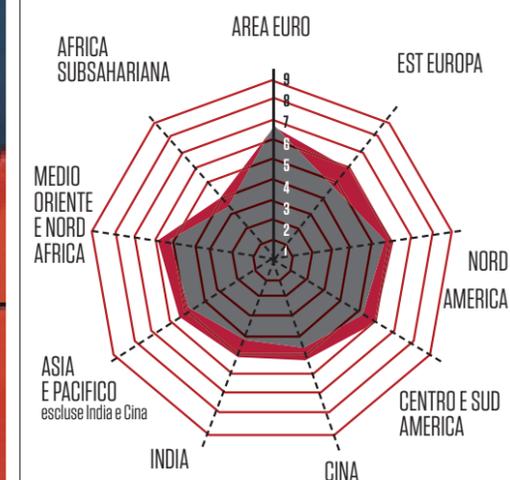
complessivo in cui il ricorso all'emissione di obbligazioni è marginale e la quotazione, fondi di *private equity* e *venture capital* rimangono sostanzialmente inutilizzati. Negli anni di stretta creditizia, le imprese del settore hanno però fatto più ricorso all'auto-finanziamento: tra il 2007 e il 2014 il grado di patrimonializzazione è aumentato dal 24% al 29,4% e la leva finanziaria è diminuita dal 4,2% al 3,4%.

Le aree geografiche più rilevanti per le vendite all'estero sono l'Area euro, il Nord America, il Medio Oriente e il Nord Africa, ma nei prossimi anni ci si attende che questo "effetto gravitazionale" si atteni a favore di altri mercati, come il Centro e il Sud America, l'India, l'Area del Pacifico e l'Africa Subsahariana. Nonostante il recente rallentamento dei mercati emergenti, le prospettive di crescita di medio/lungo termine di molti di essi restano positive.

LE GEOGRAFIE PIÙ RILEVANTI PER LE IMPRESE ITALIANE OGGI E TRA 3 ANNI

1= RILEVANZA NULLA

9= RILEVANZA MASSIMA



FONTE: SONDAGGIO DI SACE (2016)



L'EXPORT ITALIANO DI MACCHINARI
INCORPORA ANCORA MOLTO VALORE
AGGIUNTO PRODOTTO ALL'ESTERO:

17

MILIARDI DI EURO,
PARI AL

25%
DELL'EXPORT TOTALE



Quanto alla forza del *brand*, in effetti, c'è ancora poca consapevolezza del valore del marchio Made in Italy. Oltre il 44% degli intervistati ritiene superiore il *brand* Made in Germany, ma la percezione migliora tra le aziende più grandi. Quasi un terzo delle aziende con un fatturato oltre i 250 milioni di euro ritiene, infatti, superiore il *brand* italiano. Per tutti, pensando al futuro, la parola chiave è "internazionalizzazione". Circa un terzo degli intervistati dichiara che la propria impresa si sta preparando ad apprezzare nuovi mercati, con nuovi prodotti e maggior personalizzazione, il 16% con investimenti per espandere la rete commerciale, il 10% con innovazioni di processo e introduzione di nuove tecnologie. Nel complesso, le prospettive restano caute e positive: l'85% delle imprese pensa che il 2016 sarà uguale o migliore del 2015 per l'export, in linea con le stime di SACE, che prevedono un +3,8% di export per il settore nell'anno in corso e il raggiungimento della quota di 100 miliardi di euro entro il 2019, a patto di attuare a pieno le strategie d'internazionalizzazione intraprese.

SCALARE LE CATENE DEL VALORE

Per un Paese è importante comprendere come le proprie imprese si collochino all'interno delle varie Catene Globali del Valore. I beni che esportiamo, ad esempio, e che sono inclusi nei processi produttivi di altre economie, sono a basso o a elevato valore aggiunto?

Per quanto riguarda la meccanica strumentale, nonostante l'indiscussa qualità dei prodotti italiani, ci sono sicuramente ampi margini per conquistare posti più avanzati all'interno delle Catene Globali.

L'Italia, infatti, presenta, da un lato, il più alto rapporto tra valore aggiunto esportato ed export di meccanica tra i primi cinque Paesi esportatori; ma, dall'altro lato, il nostro export di meccanica "incorpora" ancora molto valore aggiunto prodotto all'estero: circa 17 miliardi di euro, pari al 25% dell'export di macchinari.

Per ottenere però i benefici maggiori dagli scambi internazionali ed essere meno esposti a fluttuazioni della domanda, le imprese italiane dovrebbero spostarsi più a valle nella filiera: e così investire nell'organizzazione, nella flessibilità produttiva e nell'automazione, nel rafforzamento e nell'ampliamento di fornitura e distribuzione, oltre che nell'offerta finanziaria, per avvicinarsi

al contatto diretto con l'acquirente finale, dove si hanno maggiori margini nella determinazione del prezzo.

VERSO UN NUOVO BUSINESS MODEL?

Lo scenario che emerge dall'indagine è di forte continuità rispetto al passato, ma anche di discreta apertura a un futuro più evoluto.

La crescita dei macchinari italiani nel mondo resta ancora incentrata più sulla personalizzazione e la qualità dell'offerta, meno sulla costruzione di un *brand* riconosciuto o sulla leva del pacchetto finanziario associato.

Eppure si sta facendo strada una mentalità manageriale alla ricerca di un nuovo *business model*, che intrecci dimensioni più grandi, maggiore propensione verso mercati più lontani, investimenti in automazione ed efficienza, maggior apertura al mercato dei capitali e una strategia complessiva di gestione dei rischi. Il nuovo paradigma, in parte ispirato agli standard da tempo consolidati in Germania e negli Stati Uniti, richiederà politiche industriali più incentrate sul sostegno all'*hidden* Made in Italy, oltre che su una nuova cultura manageriale.

Da un'indagine di Nomisma emerge, inoltre, che circa il 45% delle imprese della meccanica in Italia ha un assetto proprietario e manageriale di tipo familiare, mentre nel 20% dei casi la proprietà è familiare e la gestione affidata a un management esterno; le imprese a proprietà estera rappresentano solo il 17% del totale. Sebbene la famiglia del fondatore non sia di per sé un fattore preclusivo del successo, una gestione puramente manageriale di un'azienda risulta empiricamente più efficace.

Le partnership con realtà come SACE e SIMEST aiutano senz'altro a intraprendere e sostenere percorsi d'internazionalizzazione vincenti, così come la presenza di investitori diversificati può costituire un altro elemento qualificante del *business model*. Tra i vantaggi per gli imprenditori, vi sono la consulenza su aspetti finanziari e strategici, il supporto per l'introduzione di nuovi prodotti e/o brevetti e per le operazioni all'estero, e infine una maggiore possibilità di accesso ai mercati finanziari.

Opportunità di crescita da esplorare con la giusta dose di razionalità e di coraggio, gettando il cuore oltre l'ostacolo, per trasformare i campioni dell'export italiano in campioni globali. ●

**Thierno
Bocar Tall**

Il colore dei sogni

Dalla finanza alle energie rinnovabili, il senegalese Thierno Bocar Tall persegue con determinazione la sua visione: rendere l'Africa un continente energeticamente verde e autonomo



Thierno Bocar Tall ha un sogno che persegue fin dal 1997: rendere l'Africa, tutta l'Africa non solo il natio Senegal, energeticamente indipendente. «Il sole, l'acqua e il vento sono i tre elementi che potranno permettere all'Africa di sconfiggere la propria emergenza economica». La semplicità del progetto di sviluppo per il continente africano portato avanti con determinazione da Tall, vulcanico presidente e amministratore della Saber-Abrec (rispettivamente la Société Africaine des Biocarburants et des Energies Renouvelables e la African Biofuel & Renewable Energy Company), la dice lunga sul piano di riscatto dei Paesi africani ideato da questo ex manager pubblico – un passato ai vertici della Banca per gli investimenti e lo sviluppo di Ecowas, la Comunità economica degli Stati dell'Africa occidentale – e, dal 2013, alla presidenza della Saber. Condizione essenziale per la crescita dell'economia africana è rendere energeticamente autosufficienti i villaggi e le piccole comunità, le aziende e le famiglie – che

oggi devono approvvigionarsi di energia a caro prezzo -, senza quindi ricorrere alla mera esportazione delle materie prime

Alla fine degli anni Novanta, il giovane Thierno era nel pieno della sua carriera di manager finanziario quando iniziò a interessarsi ai documenti finali del Protocollo di Kyoto sul riscaldamento globale. Anni dopo ammetterà con semplicità che all'epoca «sapeva poco del settore delle energie rinnovabili», ma la lettura di un passaggio del Protocollo lo aveva folgorato portandolo a cambiare vita: «Abbiamo bisogno di un meccanismo adatto allo sviluppo dell'Africa».

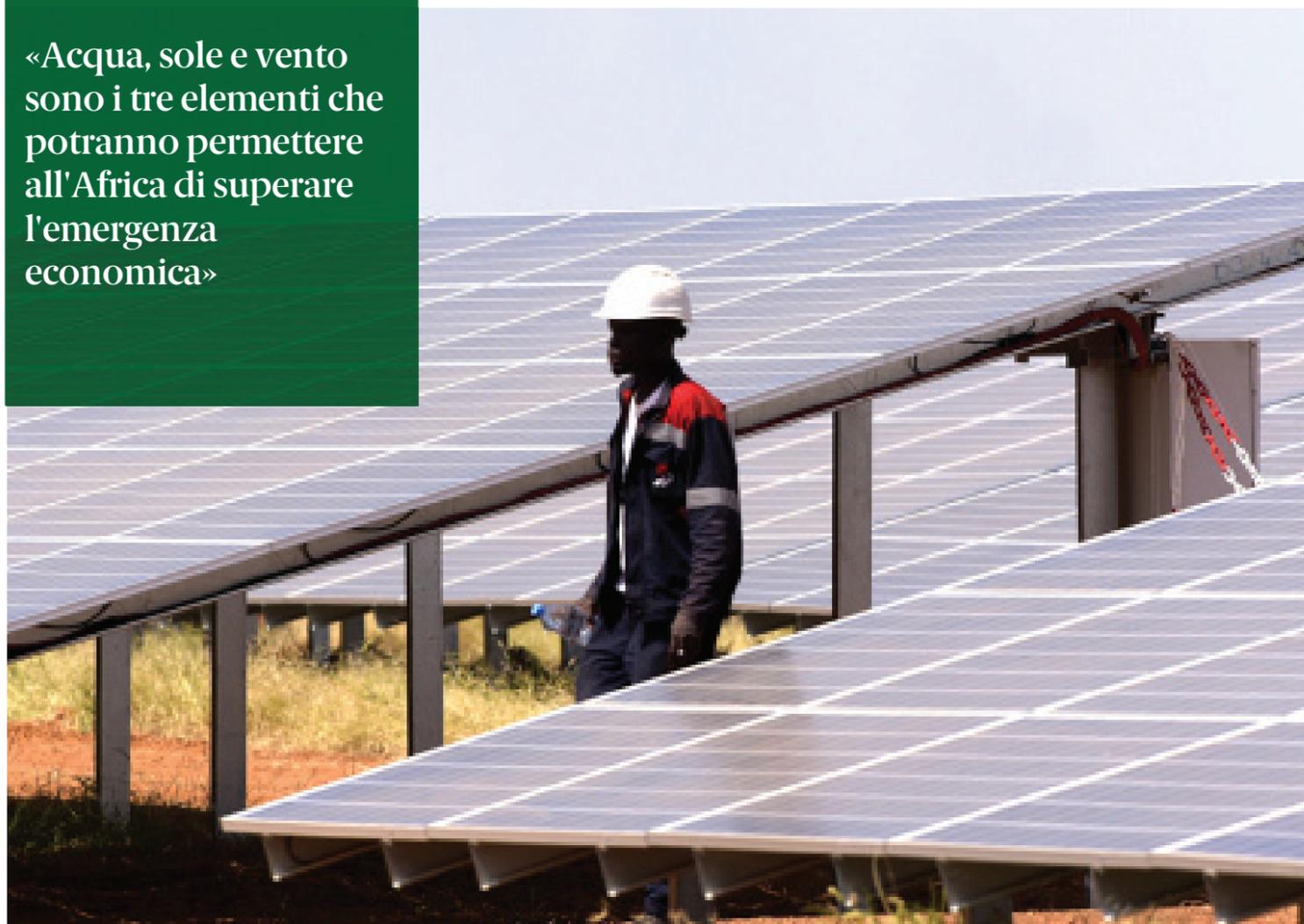
Si mette in testa che bisognava immaginare un nuovo processo per coniugare le necessità globali con quelle dei piccoli villaggi, sapendo bene che mai nessun investimento pubblico o privato sarebbe bastato per trascinare velocemente l'Africa nel Ventunesimo secolo. Dopo mesi di studio, analisi e ricerche bibliografiche, arriva alla conclusione che il piano di sviluppo africano doveva passare necessariamente dalla disponibilità di tecnologie adeguate e di forme di finanziamento sostenibili per proiettare gli Stati africani verso il futuro. Nasce proprio con queste intenzioni, nel 2007, il Fondo africano per Bio Carbide e le energie rinnovabili (Faber) di cui Tall assume la direzione.

Passa qualche anno e neppure il Fondo sembra più bastargli. Immagina una sorta di Stati Uniti africani per le energie sostenibili. Da qui prende il via la Saber-Abrec: ne fanno parte quindici Paesi dell'Africa occidentale (Benin, Burkina Faso, Capo Verde, Costa d'Avorio, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea Bissau, Mali, Niger, Nigeria, Senegal, Sierra Leone, Ciad e Togo) e le prime sei istituzioni finanziarie dell'area.

Il progetto è ambizioso, ai limiti dell'impossibile: portare energia a 600 milioni di africani. Lo è ancor di più se si pensa che il manager senegalese punta a soddisfare l'incalzante domanda energetica in modo sostenibile e rinnovabile, limitando al minimo possibile l'uso e il consumo delle materie fossili.

Sembra paradossale che una terra conosciuta e ampiamente sfruttata per l'enorme disponibilità di materie prime (come il gas e il petrolio) cerchi oggi nuove strade per rendersi indipendente dagli approvvigionamenti. Ma obiettivo di Tall è fornire agli Stati africani una reale sostenibilità che non preveda enormi impegni finanziari per rea-

«Acqua, sole e vento sono i tre elementi che potranno permettere all'Africa di superare l'emergenza economica»



lizzare le necessarie infrastrutture di distribuzione.

Infatti, se per un progetto del genere si seguisse l'approccio tradizionale - grandi centrali di produzione, imponente rete di distribuzione e dispacciamento, approvvigionamento di materie prime -, probabilmente non partirebbe mai.

La Saber però decide di rivoluzionare l'approccio, seguendo l'esempio del successo della diffusione della telefonia mobile nel continente. L'Africa, a eccezione di alcuni grandi centri abitati, non ha una vera rete telefonica fissa. Mancano le infrastrutture indispensabili che si potrebbero realizzare solo con ingenti investimenti. Eppure, la necessità ha scatenato l'ingegno e si è assistito a un vero e proprio boom nell'uso dei telefoni cellulari. Tanto che oggi i telefoni portatili sono adoperati per qualunque cosa: inviare

e ricevere denaro, trovare informazioni sanitarie, restare connessi con il proprio clan o concludere piccoli o grandi business. I cellulari e i servizi che oggi vi viaggiano sono così potuti arrivare in territori mai raggiunti dalle linee fisse. Certo, una cosa è acquistare un cellulare, ben altra dotare un villaggio sperduto di un sistema autonomo e autoalimentato di approvvigionamento energetico.

Ma Tall sembra aver trovato la soluzione anche per questo. La Saber ha recentemente concluso un accordo con l'Unione economica e monetaria dell'Africa occidentale e la società Schneider Electric, specializzata nella gestione e automazione dell'energia. È diventato così operativo il Progetto Microsol per realizzare minigeneratori autonomi, alimentati a energia solare e con batterie di lunga durata. L'impianto è estremamente compatto e consente di produrre e

stoccare l'energia nelle batterie che non hanno quasi bisogno di manutenzione e assistenza.

L'intesa prevede anche studi di fattibilità, installazione di impianti e formazione degli utenti.

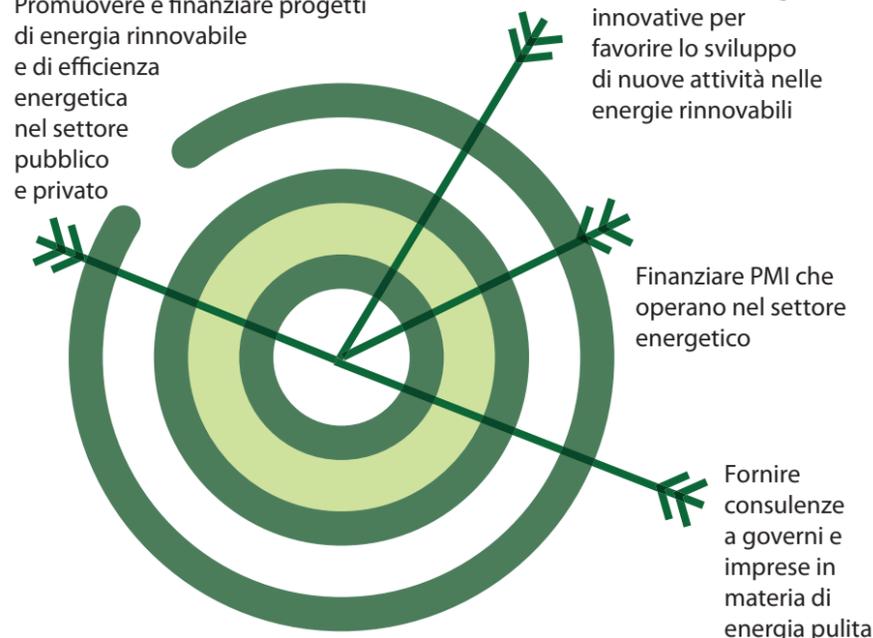
Proprio in occasione dell'accordo di fornitura il manager ha spiegato che «Il progetto Microsol contribuirà a garantire la sicurezza alimentare, a migliorare le condizioni di vita delle persone, concorrendo così allo sviluppo del territorio».

L'obiettivo di un'Africa energeticamente autonoma e sostenibile entro il 2030 sembra essere più vicino... soprattutto sfruttando l'energia solare. Dal 2012 a oggi, infatti, i costi di realizzazione di un impianto solare sono diminuiti del 61%. Ed è proprio confortata da questo dato che la Saber spera di diffondere su vasta

I 4 obiettivi della Saber

Promuovere e finanziare progetti di energia rinnovabile e di efficienza energetica nel settore pubblico e privato

Trasferire tecnologie innovative per favorire lo sviluppo di nuove attività nelle energie rinnovabili



Finanziare PMI che operano nel settore energetico

Fornire consulenze a governi e imprese in materia di energia pulita

scala il fotovoltaico. Del resto, poche altre aree della Terra possono contare su un irraggiamento solare come quello africano. Non a caso secondo dati Irena (Agenzia internazionale per l'energia rinnovabile), la capacità fotovoltaica installata in Africa è passata dai circa 500 megawatt del 2013 ai 1.330 del 2014, per arrivare, nel 2015, a superare i 2.100 megawatt: insomma, in meno di quattro anni è più che quadruplicata. Le proiezioni Irena ipotizzano per il 2030 un apporto energetico da fotovoltaico pari a 70 gigawatt.

Con queste premesse si intuiscono le potenzialità del progetto portato avanti da Tall, il quale è riuscito a mettere insieme, nell'organizzazione internazionale, Paesi che non sempre hanno, o hanno avuto, rapporti idilliaci. A Lomé, sede dell'associazione, sembrano andare tutti d'accordo forse perché i principi fondanti della Saber assicurano a ogni Paese la propria autonomia nelle scelte, non costringe a impegnative linee di credito per progetti faraonici e, con questi presupposti, l'intento unitario di portare all'indipendenza energetica l'Africa sembra realisticamente a portata di mano.

E i soldi da dove arrivano? Su questo ar-

gomento Tall ha messo in campo tutte le sue conoscenze finanziarie e si è impegnato nello sviluppo di una piattaforma di *crowdfunding*, in collaborazione con la società finanziaria francese Finance Utile, lanciata con lo slogan "l'Africa finanzia l'Africa". La piattaforma ha come obiettivo reperire fondi per finanziare progetti e coinvolgere Pmi che operano nel settore dell'energia verde in Africa Subsahariana e funge anche come acceleratore a società di consulenza per la valutazione dei progetti stessi.

Ma il leader della Saber non si ferma qui. La sfida per la sua società è portare i governi degli Stati africani ad avere una visione comune a Marrakech, dove quest'anno si tiene la conferenza sul clima Cop 22. Per raggiungere questo risultato serve unire le capacità umane, le competenze e le risorse finanziarie, il tutto per favorire l'adozione di tecnologie ad alta efficienza energetica e lo sviluppo dell'energia pulita. «Ma anche», non si stanca di ripetere Tall, «per migliorare le condizioni di vita delle popolazioni africane, per contribuire a mitigare il cambiamento climatico e per garantire la sicurezza energetica in Africa». ●

Diretti ai Distretti

I distretti industriali, ben 147 distribuiti su tutta la Penisola, sono una caratteristica del tessuto imprenditoriale italiano. Hanno contribuito all'affermazione di una nuova classe di medie imprese. Dopo il brusco calo del 2009, hanno

saputo dimostrare una buona tenuta e capacità di reazione alle avversità congiunturali, mettendo a segno un aumento significativo del fatturato, del numero di addetti, dei livelli di produttività del lavoro e di redditività.

Ogni distretto, in media in Italia, è costituito da:



Evoluzione del fatturato delle imprese distrettuali (var.%)

prezzi correnti, valori medi



TOP 10 DISTRETTI
I migliori per crescita e redditività



La finanza a portata di tutti



Un consulente finanziario sempre a disposizione e automatizzato. È questo il business model proposto dalla start-up MoneyFarm, che ha attirato l'interesse del mondo finanziario e si prepara a entrare nel settore dei robo-advisor

Un robot per suggerire gli investimenti (per ora solo gli Etf, in futuro forse anche quelli previdenziali). Con un cervello tutto italiano.

Il successo della start-up MoneyFarm si è concretizzato a fine settembre quando il colosso assicurativo tedesco Allianz ha annunciato - dopo quasi un anno di trattativa - l'ingresso nella piccola società finanziaria con sedi a Milano, Cagliari e Londra. I tedeschi - secondo rumors - dovrebbero aver messo sul piatto circa 7 milioni di dollari, ma la cifra è secretata. Un'importante iniezione di liquidità che fa seguito a quella del 2015 portata a termine da Cabot Square Capital e il fondo italiano United Ventures, che hanno investito 16 milioni.

Quello che è certo è che il gigante tedesco avrà una quota di minoranza e una poltrona nel cda della giovane azienda italiana e si apriranno praterie sconfinata di cooperazione. È stato stimato che il modello di business, e cioè l'applicazione di algoritmi agli investimenti, potrebbe generare un giro d'affari di oltre 2 mila miliardi di dollari entro il 2020.

L'idea è semplice: gli algoritmi messi a punto da MoneyFarm definiscono il profilo di rischio dell'utente. È sufficiente rispondere a 20 domande online, associare un portafoglio di prodotti finanziari e compiere le singole operazioni. L'automazione permette di tagliare le commissioni fino allo 0,7%, più o meno la metà di quanto chiedono solitamente le altre

Sim. In più l'investitore può seguire e monitorare l'andamento del proprio investimento in tempo reale (attraverso un'app dedicata), o se si preferisce chiedendo chiarimenti a un consulente in carne ed ossa «sempre a disposizione», assicurano dalla società.

L'ingresso di Allianz, rappresenta per Paolo Galvani, cofondatore e presidente della start-up «un'ulteriore conferma della nostra capacità tecnologica e del nostro modello. La tecnologia sicuramente è la parte forte che mettiamo sul piatto». Galvani anticipa anche che le due società stanno «studiando le possibili sinergie, che diventeranno operative già da inizio 2017».

In effetti c'è grande fermento nel mondo dei robo-advisor: ultimamente Goldman Sachs e Blackrock hanno messo le mani su due società simili. Le multinazionali della finanza sembrano preferire rilevare intere società piuttosto che attendere mesi (se non anni) per sviluppare internamente un sistema affidabile *ex novo*.

Ma il vero colpaccio della società - nata appena nel 2011 e che ha già 80mila utenti registrati - è costituito dal taglio delle commissioni. MoneyFarm chiede ai propri clienti annualmente l'1,25% per investimenti fino a 3.000 euro, lo 0,7% per i portafogli tra 3.000 e 200.000 euro, e solo lo 0,5% per chi investe oltre i 200.000 euro. Facendo due conti - su un investimento potenziale di 100.000 euro - l'eventuale cliente dovrebbe pagare a MoneyFarm per il servizio di gestione del risparmio un *fee* annuale di 700 euro. L'investitore, seguendo l'andamento del proprio portafoglio giorno per giorno, riceve *online* i suggerimenti e i consigli personalizzati (calibrati ovviamente tenendo conto della propensione al rischio e le finalità), di ribilanciamento sulla base delle scelte del comitato investimenti di MoneyFarm.

Ma solo di consigli si tratta: l'investitore è sempre libero di accettare o meno le indicazioni. E di ordinare alla propria banca di finalizzare l'investimento, la vendita o l'acquisto.

Ma c'è dell'altro. Questa estate (e poi di nuovo a fine settembre), la giovane società ha diffuso per la prima volta il nuovo Indice di incertezza finanziaria, costruito grazie alla collaborazione con Tabulaex, società spin-off dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca. L'indice

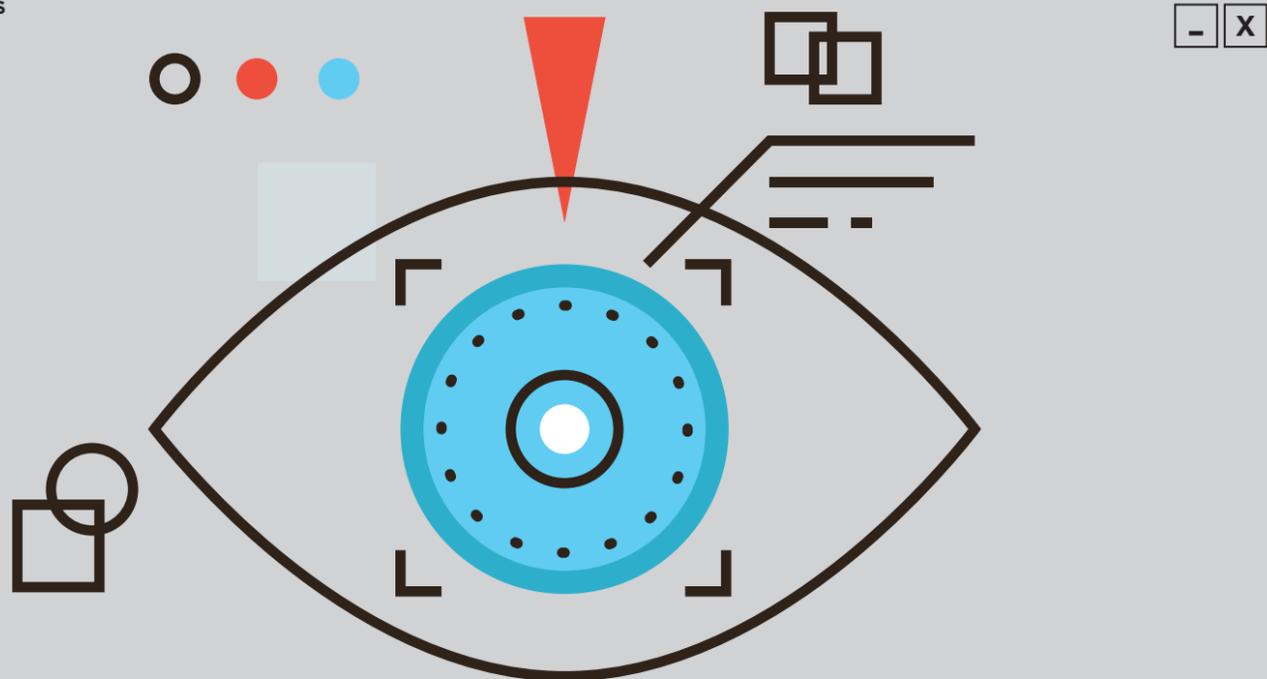


MONEYFARM

Fondata nel 2011 da Paolo Galvani e Giovanni Daprà, MoneyFarm è oggi una delle più grandi società europee online per la gestione patrimoniale, autorizzata e regolata dalla Financial Conduct Authority e vigilata in Italia da Consob.

è composto da due diversi indicatori: il grado d'incertezza trasmessa, che valuta l'incertezza contenuta negli articoli delle principali testate economiche nazionali (circa 150.000 articoli); e quella percepita, che fornisce una misura dell'incertezza espressa dalle persone, attraverso l'analisi dei messaggi twitter su argomenti di economia e finanza (circa 142.000 Tweet).

Tante le idee ancora in cantiere per questa start-up della finanza automatizzata, che cerca di farsi conoscere dal mercato e dai piccoli investitori con strumenti di comunicazione non convenzionali. Ne è un esempio la "investment boutique", il *temporary store* aperto l'estate scorsa in centro a Milano per spiegare la finanza con semplici schemi ai passanti. Perché l'obiettivo di MoneyFarm è di incrementare la propria base utenti, facendo accedere tutti, ma proprio tutti, al mondo degli investimenti. E spiegando che è possibile gestire i propri risparmi con la giusta guida. In questo caso, con l'aiuto di un robot. ●



Oltre i 5 sensi

La nuova frontiera tecnologica della Realtà Aumentata varrà 160 miliardi di dollari in pochi anni

Impalpabile, eppure rappresenterà una miniera d'oro. Le potenzialità della Realtà Aumentata che sta invadendo la nostra vita – con il grimaldello degli smartphone – appaiono enormi. Stime di Microsoft e Sony, due dei maggiori *player* di questa nuova frontiera tecnologica, ipotizzano che nel giro di qualche anno (entro il 2020) il settore potrebbe arrivare a valere la bellezza di 162 miliardi di dollari. Considerando che nel 2016 i ricavi previsti ammontano ad “appena” 5,3 miliardi di dollari, se ne intuiscono le possibilità di crescita esponenziale. Il segreto del successo della Realtà Aumentata sta proprio nella sua facilità d'utilizzo e nelle potenzialità di diffusione di massa. Questa nuova tecnologia si basa sull'utilizzo di immagini tridimensionali e virtuali, che si sovrappongono a quelle della vita reale attraverso uno strumento ormai di uso comune, come la fotocamera dei cellulari.

Tante aziende *hi-tech* stanno immaginando quali possano essere gli ambiti di applicazione per questa nuova tecnologia e per favorirne la diffusione, mettendola a disposizione gratuitamente tramite molte app. In Italia, ad esempio, c'è già chi, approfittando dell'avvio dell'anno scolastico, ha lanciato le prime applicazioni “aumentate” per studenti. Basta inquadrare con la fotocamera dello smartphone una pagina del libro di testo per lanciare video e contenuti aggiuntivi. Dalla pubblicità al turismo, sono tante le sperimentazioni di questi ultimi mesi. A Londra, l'attesa alla fermata dell'autobus è diventata meno noiosa da quando i pannelli delle pensiline sono diventati schermi di Realtà Aumentata con animali feroci che balzano sugli ignari passanti. Anche lo showroom della Ferrari si è adeguato con contenuti digitali, basta puntare un *ipad* sulla macchina dei sogni e appare un video che ne mostra tutti i componenti. Nella vita di tutti i giorni, una nota

catena del settore *beauty* permette alle proprie clienti di specchiarsi e provare attraverso la Realtà Aumentata rossetti, ombretti e fondo tinta. Insomma, non ci sono solo i famosi *Pokemon* da cacciare in giro per la città, ma tutto un mondo ancora da esplorare, costruire e rendere economicamente produttivo. E le premesse sono importanti se perfino un colosso come Apple sta dando la caccia a ingegneri e cervelloni per allargare l'organico del team che si occupa proprio di realtà aumentata e virtuale. Non ne fa certo mistero l'amministratore delegato Tim Cook che già aveva indicato «la Realtà Aumentata come una grande occasione per promuovere l'innovazione tecnologica a disposizione del mercato in diversi ambiti», e che recentemente ha ammesso che, per il colosso di Cupertino, «la Realtà Aumentata rappresenta un'opportunità sicuramente più promettente rispetto a quella virtuale». ●



Tesori nascosti

MONTALBANO
RECYCLING

Energia che corre

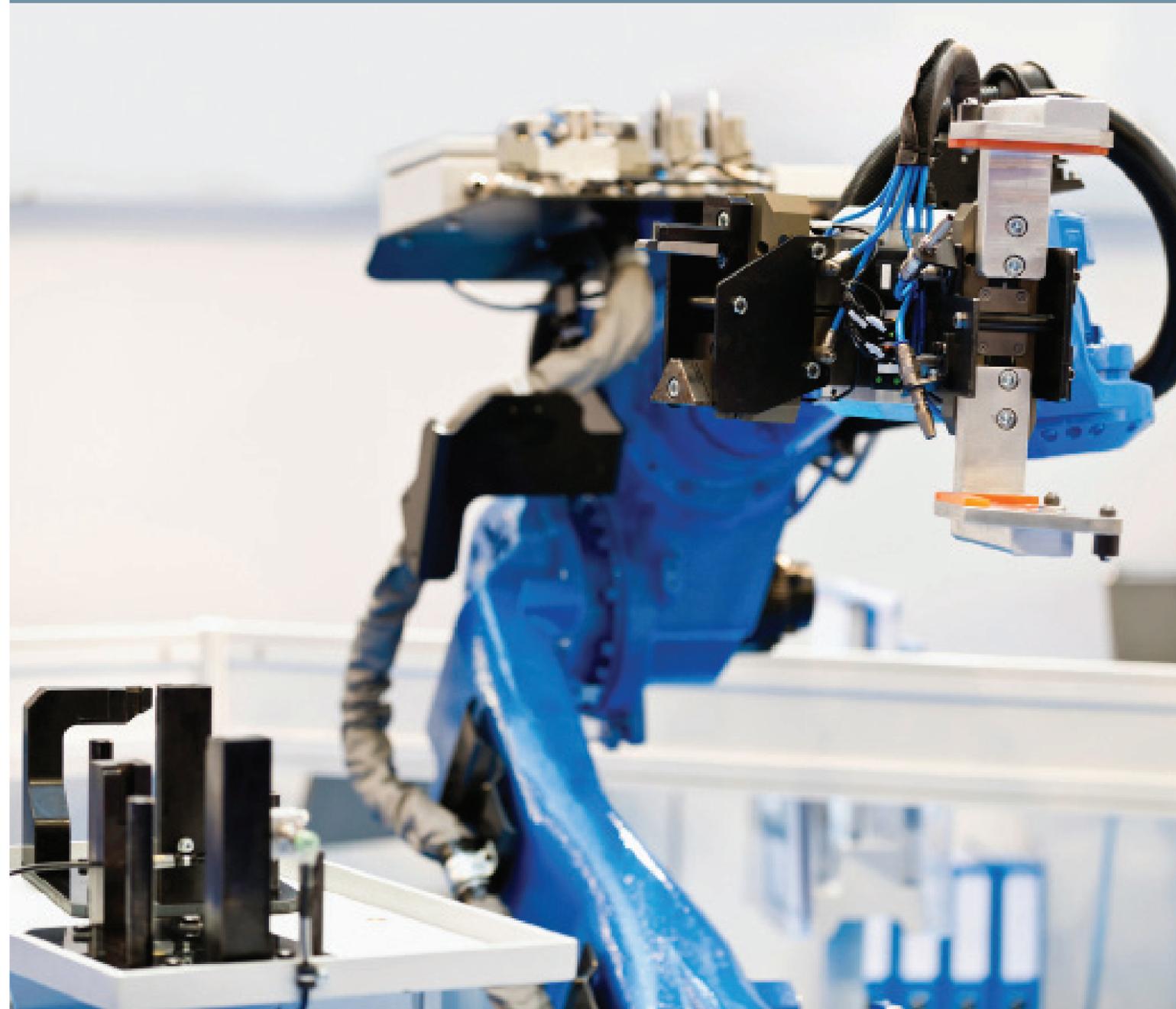
ARISTONCAVI

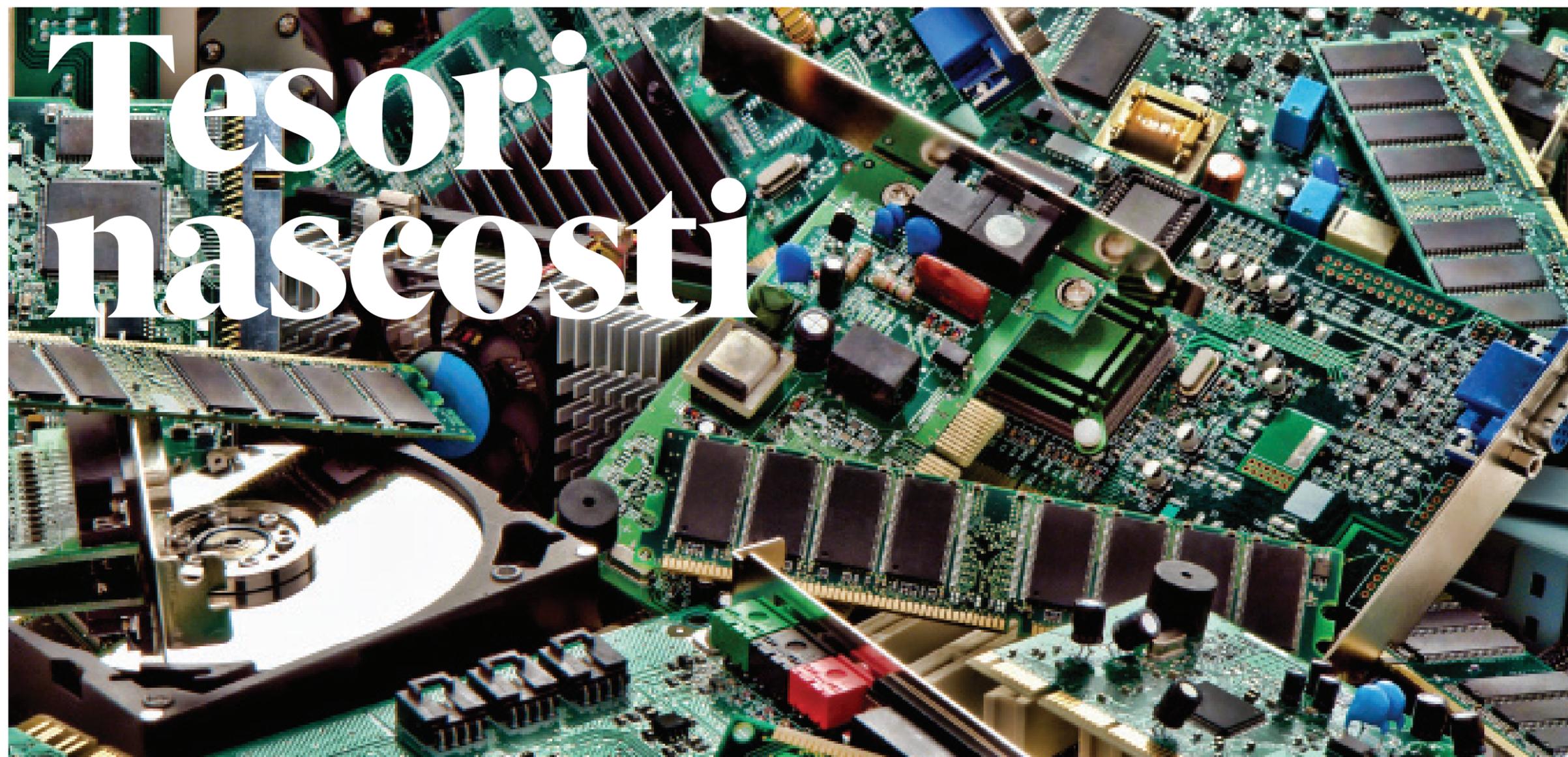
Il successo è nei dettagli

PROMA

SIDECAR

Innovazione italiana





Tesori nascosti

Trasformare rifiuti in materie preziose con la tecnologia: questa è la missione della siciliana Montalbano Recycling, tra le prime Pmi in Italia ad aggiudicarsi fondi del Piano Juncker per internazionalizzazione e innovazione

Raccogliere, tritare e rivendere. Ciò che prima era rifiuto – complicato da gestire e stoccare – viene trasformato in un tesoro (un vero tesoro: in oro, argento, platino e palladio). Fondata nel 2002, in soli quattordici anni di vita, la Montalbano Recycling, specializzata in tecnologie per il trattamento e riciclo di materiali di scarto, non solo sta accumulando record su record, ma si sta anche inserendo prepotentemente in un business (quello del riciclo e del riuso), tutto da inventare e costruire. Partendo, forse, dalla consapevolezza che le materie prime che utilizziamo non sono

infinite e che il loro costo lievita giorno dopo giorno, la piccola azienda siciliana ha trasformato un problema della società globale in una risorsa immensa. **Emanuele Montalbano**, giovane imprenditore della provincia palermitana, spiega così, con quattro numeri, il successo della propria azienda: «Nel 2015 il nostro fatturato era di due milioni e mezzo di euro. Quest'anno immaginiamo di chiudere sopra ai cinque milioni. Nel 2015 esportavamo circa l'80% dei nostri prodotti, nel 2016 dovremmo spedire all'estero oltre il 92% dei nostri macchinari». Montalbano del famoso commissario partorito dalla penna di Andrea Camil-

leri, oltre al nome, sembra avere anche la testardaggine tutta siciliana: per fare, intraprendere e crescere. Nonostante tutto. Un bell'esempio di rinnovato dinamismo imprenditoriale siciliano, che trova riscontro anche nell'attività di SACE dell'ultimo anno: il solo ufficio di Palermo ha seguito oltre settecento imprese che intendono guardare all'estero per i propri prodotti e le proprie idee di business. La Montalbano Recycling, specializzata in tecnologie per il trattamento e riciclo di materiali di scarto, è stata una delle prime aziende a ottenere i fondi (400mila euro) messi a disposizione dal "Programma 2i per l'Impresa" di Cassa depositi e prestiti, SACE

e Fei (Gruppo Banca Europea degli Investimenti). Questo programma – istituito attingendo alle risorse stanziare dal Piano Juncker per le Pmi – serve proprio per supportare l'internazionalizzazione e l'innovazione delle imprese (le 2i, appunto, che rappresentano i punti di forza da sostenere). In sostanza, la linea di credito garantita da SACE ed emessa dal Gruppo bancario Iccrea BancalImpresa e la Banca Don Rizzo Credito Cooperativo della Sicilia Occidentale consentirà alla Montalbano di sostenere le spese per il rinnovo dei macchinari e l'aggiornamento degli impianti: innovazioni funzionali all'espansione della società in Europa, Stati Uniti, Messico e Paesi del Gol-

fo. Oggi la società siciliana è presente in ben dodici Paesi, ma guarda già oltre. «Vogliamo aprire una sede negli Emirati Arabi», spiega Montalbano, «perché proprio in questo Paese c'è un'enorme sensibilità ambientale. Entro il 2020 il Piano nazionale di sviluppo lanciato dal sultanato di Abu Dhabi (Vision 2020, ndr) prevede di investire in progetti e piani di sostenibilità ambientale la bellezza di 200 miliardi di dollari». Un progetto che oggi sembra essere più vicino, grazie al recente ingresso di SIMEST nel capitale di una società del Gruppo Montalbano, dedicata proprio alla commercializzazione di impianti ecologici nell'area del Golfo. La sede degli Emirati sarà utile anche come trampolino verso tutti gli altri Paesi del Golfo, come il Qatar, dove la Montalbano Recycling è già coinvolta nella realizzazione di un grande impianto per la gestione, lo smaltimento e il recupero dei rifiuti urbani. Un progetto da 40 milioni di euro che potrebbe rappresentare il miglior biglietto da visita per proporsi in altre città, magari anche a Roma. Con una *mission* ben chiara: dimostrare (anche ai nostri connazionali) che dai rifiuti non vengono fuori solo problemi di gestione e stoccaggio, ma anche risorse e materie prime importanti e immediatamente rivendibili a prezzi stellari. Frantumare e recuperare i metalli preziosi da schede di computer e cellulari, ad esempio, frutta una fortuna: da 3.500 chili di schede elettroniche opportunamente trattate, possono uscire quaranta chili di metalli preziosi, con un valore medio al chilo di 20/22 mila euro. Non male per della spazzatura tecnologica che produciamo a ritmo impressionante! Questo primo progetto di supporto finanziario SACE-Cdp-Fei con Iccrea e Banca Don Rizzo permetterà all'impresa siciliana di «acquistare nuovi macchinari per stare dietro alle crescenti richieste dei nostri clienti. Ma continueremo a costruire in Italia, garantendo nel contempo ai nostri clienti sparsi per il mondo l'assistenza e la gestione *in loco* degli impianti forniti». Del resto, il processo di internazionalizzazione della Montalbano Recycling sembra galoppare molto più di quanto era nelle previsioni. «Guardiamo anche all'India», ammette Montalbano, «e speriamo di fare affari anche in Iran, ora che le barriere economiche sembrano essere meno rigide». ●

Energia che corre

Alta tecnologia e capacità di puntare oltreconfine sono tratti fondamentali di Aristoncavi, azienda vicentina specializzata in cavi elettrici impegnata nelle più grandi opere nel mondo

Raggiungere i 55 milioni di fatturato, recuperando il terreno perso per colpa della crisi, puntando decisamente verso l'export. Il segreto del successo di Aristoncavi (azienda veneta specializzata nella realizzazione di cavi elettrici a media e bassa tensione) passa anche da questa intuizione. «In coincidenza con il calo delle commesse italiane e le difficoltà degli ultimi anni del nostro Paese», spiega **Leopoldo Destro**, giovane e vulcanico amministratore delegato della società di famiglia, «abbiamo optato per una decisa internazionalizzazione della nostra attività». I numeri parlano da soli: nel 2006 – prima della grande crisi che ha investito l'economia globale – la società italiana che ha mantenuto vicino Vicenza il cuore della produzione (precisamente a Brendola) esportava circa il 40% dei propri cavi per la

distribuzione dell'energia. «Nel 2015», sintetizza Destro, «abbiamo superato l'80%», segno evidente che i benefici maggiori, in un momento storico in cui l'Italia ha sperimentato una decisa frenata nelle attività economiche, sono arrivati proprio dal raddoppio dell'internazionalizzazione della società e dell'attività. Non bastava la tradizionale presenza in Francia, Spagna e Germania. Serviva proiettarsi oltre e per questo non è casuale la scelta di aprire uffici in Cile, Cina e negli Emirati Arabi. «Sono il nostro trampolino di lancio», spiega il manager, «verso aree che ci stanno dando grandi soddisfazioni. La Cina verso tutto il Sud-est asiatico: Vietnam, Indonesia, Malesia, Thailandia. Dubai è la nostra porta preferenziale verso tutto il blocco dei Paesi del Golfo e del Medio Oriente, mentre il Cile rappresenta una piattaforma di sbarco in America Latina e di proiezione verso i ricchi mercati degli Stati Uniti e del Canada».

La grande attenzione verso l'internazionalizzazione, nonché la conquista globale di crescenti fette di mercato, sta facendo compiere a questa azienda italiana un percorso inverso rispetto ad altre realtà, scegliendo di affacciarsi e consolidarsi prima nelle piazze nuove ed emergenti, per poi puntare a quelle più ricche e strutturate, come il Nord America. Il trampolino sudamericano sembra funzionare visto che, proprio in Perù Aristoncavi ha vinto recentemente una gara per la fornitura dei cavi elettrici per l'alimentazione di due scavatrici sotterranee (Tbm), utilizzate per la realizzazione della Linea 2 del Metro Lima: un megaprogetto che comporta l'utilizzo di cavi per gli oltre 20 chilometri del tratto di linea metropolitana, per una profondità di 25 metri. «Aristoncavi», racconta Destro, «ha disegnato dei cavi di alimentazione appositi per queste macchine e ha già cominciato a

fornire cavi elettrici di media tensione a 25 kv, completi di accessori di connessione. Cavi che consentiranno di scavare le gallerie per la costruzione della metropolitana, che collegherà Lima da est a ovest per una lunghezza totale di 35 chilometri per ventisette stazioni». Proprio in quest'ultima iniziativa oltreoceano la società vicentina è stata affiancata da SACE che ha controgarantito il valore della commessa (1 milione e 670 mila dollari). «Quest'esperienza in Perù, nella quale abbiamo avuto al nostro fianco la sede territoriale veneta di SACE, ci ha permesso di constatare», assicura Destro, «l'effettivo supporto alle imprese quando si proiettano sui mercati esteri. Ben venga questo sistema di sostegno». E «sistema» è davvero la parola giusta, in questo caso. L'operazione si inserisce in un ben più ampio intervento che ha visto coinvolti molteplici attori: la linea di credito a

supporto delle commesse peruviane, del valore complessivo di 800 milioni di dollari, è stata interamente garantita da SACE, ed erogata da Cassa depositi e prestiti (290 milioni di dollari), KfW Ipex-Bank, Banco Santander e Société Générale (ciascuna per 150 milioni di dollari) e Ico (60 milioni di dollari), e beneficerà dell'intervento di stabilizzazione del tasso di interesse da parte di SIMEST.

Aristoncavi ha una lunga tradizione societaria nei lavori in miniera: negli ultimi anni si è aggiudicata importanti commesse per la realizzazione del tunnel del Gran Sasso, dei trafori del Frejus e del Brennero, per quello di Semmering (Austria) e di Solbak (Norvegia). Così come ha avuto un ruolo importante nella realizzazione della metropolitana di Torino, Caracas, Oslo, Roma, Valencia, Dubai, Hong Kong e Singapore. Altro fattore vincente – che ha portato la

società a crescere anche in un momento di rallentamento dell'economia globale – è l'importante e costante investimento in innovazione e ricerca. Oltre il 2% del fatturato annuo viene dedicato proprio alla Ricerca e Sviluppo. «Negli ultimi anni l'azienda ha investito nello sviluppo tecnologico per la realizzazione di cavi per il settore industriale e per il terziario, diventando così leader di mercato per alcuni settori di applicazioni speciali», assicura l'amministratore delegato. Infatti, oltre ai cavi tradizionali, la ricerca ha dato vita anche a prodotti diversi: come quelli resistenti al fuoco o a quelli per il settore minerario (molto apprezzati da chi scava e realizza gallerie). Fino ad arrivare all'ultima generazione dei cavi resistenti ai liquidi (aggressivi e non), che possono essere utilizzati ovunque garantendo la potabilità dell'acqua con cui vengono a contatto. ●

Il successo è nei dettagli

La logistica di prossimità è stata la chiave di volta per quest'azienda casertana dell'automotive che con l'internazionalizzazione è riuscita, in cinque anni, a raddoppiare il proprio fatturato

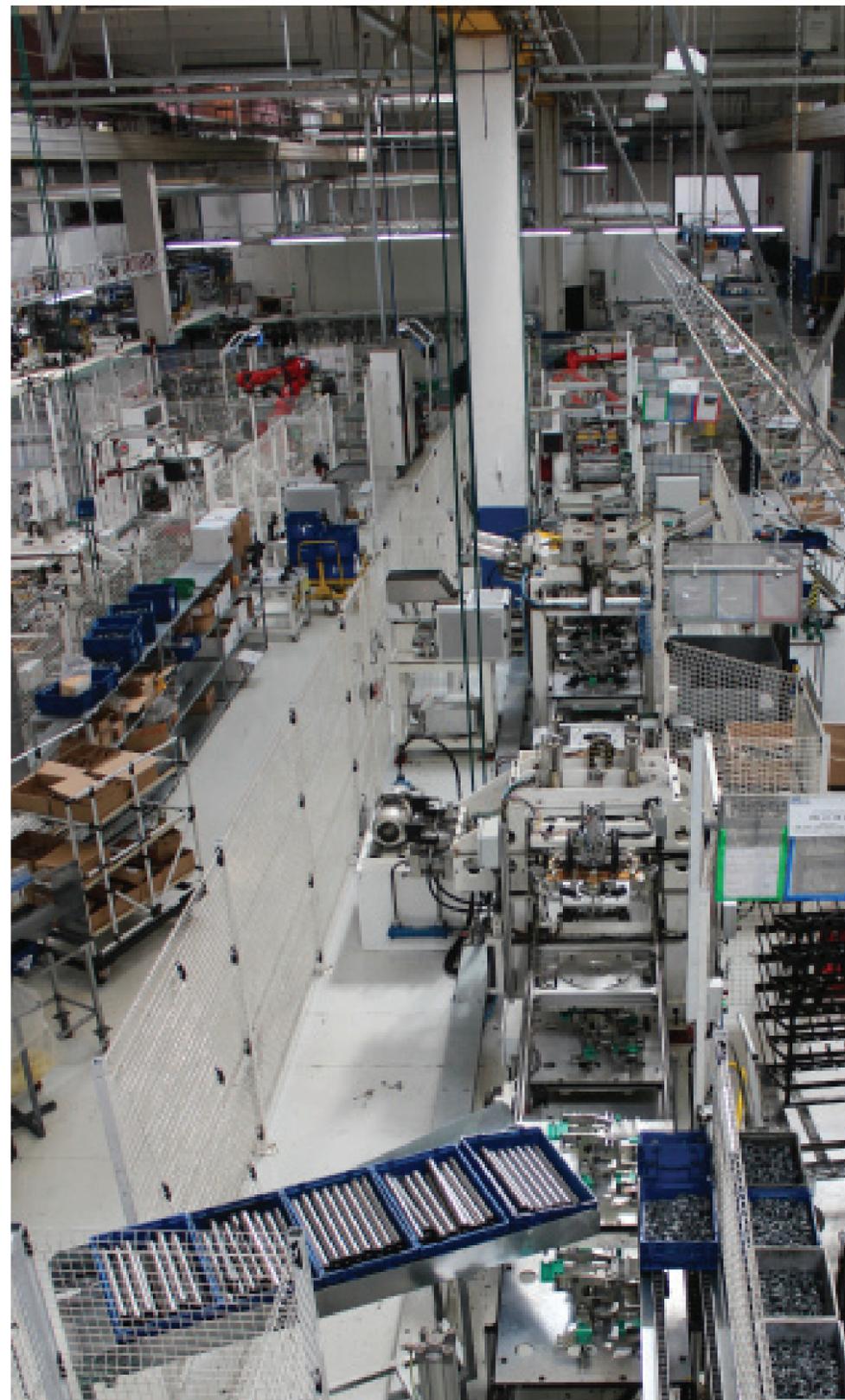
Oggi, il Gruppo italiano specializzato nella realizzazione di strutture di sedili e in sottogruppi di scocca (ma anche leader nella realizzazione di serrature, cerniere e di traverse *crash box* ad assorbimento d'urto) veleggia serenamente verso i 565 milioni di euro di fatturato. «Cavalcare l'onda mondiale che sta determinando il recente successo dell'automotive. Accompagnando le necessità dei giganti mondiali del comparto auto dove si trovano, spostandosi con loro, seguendoli in questa "logistica di prossimità"», sintetizza **Vincenzo Nunziata**, giovane direttore generale della società Proma Group di Caserta. «In soli cinque anni il nostro giro d'affari è più che raddoppiato», spiega evidentemente soddisfatto Nunziata, «e nei prossimi tre anni dovrebbe addirittura triplicare secondo le nostre previsioni, arrivando a 700 milioni nel 2019».

I numeri dimostrano il successo di quest'azienda. Ma la strada per raggiungere questi risultati – per aprire in poco meno di quarant'anni ben tredici stabilimenti in Italia e altri dieci nel resto del mondo – è tracciata e legata a doppio filo con la strategia di proiettare sul mercato estero la società, non restando confinati negli ambiti nazionali, né limitandosi ad allargarsi soltanto in Europa.

Il successo di Proma Group potrebbe essere spiegato così. In appena trentacinque anni, la società fondata a Caserta nel 1979 da Pino Nicola Giorgio (quest'anno nominato Cavaliere del lavoro dal Presidente Sergio Mattarella), da piccola realtà del nostro Meridione (negli anni Ottanta aveva appena cinque dipendenti e ora invece supera i 2.500 addetti) è riuscita a trasformarsi in impresa globale presente in Argentina, Brasile, Marocco, come anche in Francia, Polonia, Spagna, Serbia. Senza però mai abbandonare le radici: tredici stabilimenti in Italia, dalla Campania al Pie-

monte, passando per l'Umbria e la Puglia. Una proiezione internazionale resa possibile anche dalla partnership con SIMEST, la società del Gruppo Cassa depositi e prestiti specializzata nel sostegno agli investimenti esteri, che ha investito ben 11 milioni di euro per rilevare una quota di minoranza della società (6,4%), accompagnandola nel percorso di rafforzamento patrimoniale e apertura ai mercati mondiali. «Abbiamo un progetto di sviluppo internazionale a due step», spiega Nunziata, «nei prossimi ventiquattro mesi puntiamo a seguire le necessità dei nostri clienti non solo dal Messico, come accade ora. Ma speriamo di sbarcare presto direttamente in Nord America, magari negli Stati Uniti, per assicurare quella vicinanza e prossimità ai nostri clienti, attuali e futuri».

La Proma – che negli anni ha realizzato diverse operazioni internazionali con SACE – si è aggiudicata dalla società del Gruppo Cdp la garanzia su un finanzia-



↑ Proma, interno stabilimenti

mento da 5 milioni di euro, destinato a supportare ulteriori progetti all'estero. E tra i progetti oltreconfine rientra, nel medio periodo, l'allargamento al mercato asiatico. «Immaginiamo di realizzare diversi investimenti in quest'area nei prossimi cinque anni. E sarà un progetto impegnativo. Il mercato asiatico è molto ampio, e non basta essere presenti solo in un Paese, ad esempio in Cina. Nel nostro settore la logistica e la vicinanza ai produttori sono fondamentali visto che il comparto ha subito una vera e propria rivoluzione con la globalizzazione delle piattaforme». Insomma tutta l'area asiatica sarà oggetto di un approfondito studio, per individuare opportunità e richieste. La scelta premiante di marciare di pari passo con i *player* del settore auto costringe la realtà imprenditoriale campana a seguire, se non addirittura anticipare, le richieste dei clienti storici. «Poi magari una volta realizzato un progetto scopriamo che possiamo essere utili ad altri produttori. E si cresce».

Il Gruppo italiano oggi è fornitore di Fca, ma anche di Renault, Opel, Volkswagen, Ford, Peugeot. La presenza *in loco* aiuta sia a fidelizzare i clienti, che apprezzano la sinergia con la propria catena produttiva, sia ad abbattere i costi di trasporto. Non a caso alcune case automobilistiche dell'Estremo Oriente seguono con grande interesse l'attività della società italiana.

Ma non c'è solo la convenienza di avere un fornitore preciso e affidabile nelle consegne a fare la differenza: c'è pure la creatività italiana. Come dimostrano gli oltre trenta brevetti esclusivi che fanno di Proma una delle realtà più dinamiche del settore. «Per noi è fondamentale l'innovazione di prodotto e di processo», afferma Nunziata. «Le case automobilistiche chiedono un continuo alleggerimento degli autoveicoli – anche per abbattere i costi di propulsione, migliorare le performance e ridurre le emissioni. Nell'ultimo decennio una delle priorità è consistita proprio nella riduzione delle immissioni in atmosfera. E per questo si sta lavorando su sistemi di propulsione sia a combustibili alternativi sia tradizionali avanzati».

E per questo Proma negli anni ha sempre investito molto in ricerca e sviluppo, proprio per realizzare componenti in materiali leggeri (alluminio), o compositi «che consentano di ottenere elevate ottimizzazioni di peso», spiega il direttore generale. ●



Intranet del futuro

– stay connected –

Sempre più aziende rivoluzionano la loro vecchia intranet con strumenti avanzati per connettere, condividere e migliorare i processi aziendali

Il web 2.0 e i social network occupano ormai molto del nostro tempo libero, e non solo, con riflessi importanti sulla vita lavorativa. Per questo sono sempre di più le aziende che stanno ripensando la loro vecchia intranet per integrare elementi interattivi che consentano di creare un ambiente unico nel quale lavoro, comunicazione e condivisione si sovrappongono e dove relazioni e processi si intersecano per dare vita a vere *community* di dipendenti. Per molti, questo nuovo approccio "social" alla intranet è in grado di aumentare l'efficienza, favorire la collaborazione orizzontale, migliorare i processi e valorizzare le persone che lavorano all'interno di una stessa organizzazione.

Il passaggio da una intranet tradizionale a una 2.0 non è, tuttavia, solo una questione di adeguamento della vecchia infrastruttura tecnologica ai nuovi *tool*, si tratta, soprattutto, di un cambiamento di mentalità. La comunicazione top-down rimane sicuramente uno strumento fondamentale, ma con la social intranet chiunque tra i dipendenti, attraverso un blog, una *community* o un social network interno, può dare il suo contributo ad altri colleghi che potranno leggerlo, dividerlo o commentarlo a loro volta, senza vincoli di appartenenza a un ufficio o di ruolo. Affinché questo scambio possa avvenire in modo fluido e naturale, nel rispetto delle regole ma senza imposizioni dall'alto, è necessario però sensibilizzare prima tutti i dipendenti per renderli consapevoli del potenziale offerto dal cambiamento. Ad esempio, per sbloccare un'iniziale reticenza all'utilizzo dei nuovi strumenti 2.0, potrebbe essere utile diffondere profili, foto o video dei dipendenti, con tutte le autorizzazioni del caso, per contribuire alla

socializzazione tra persone che, conoscendosi e riconoscendosi, si sentiranno più coinvolte e parteciperanno attivamente al dialogo. Per mettere in piedi una social intranet efficace, inoltre, è importante co-progettare, co-creare e co-gestire il nuovo spazio con tutti gli *stakeholder* interni all'organizzazione prevedendo, se serve, anche una formazione specifica. Questo approccio, infatti, prevedrebbe anche la creazione di nuove figure di coordinamento a cavallo tra i sistemi IT, le risorse umane e la comunicazione, per presidiare tutte le fasi di progettazione, implementazione e valutazione del progetto.

Dalle analisi condotte ogni anno dal Digital Workplace Group, società indipendente che analizza i trend delle intranet in più di 500 organizzazioni europee e nordamericane, emerge un quadro piuttosto diversificato con *best practices* più o meno replicabili in realtà aziendali differenti. Il trend principale è un'ulteriore evoluzione della intranet 2.0 che, da ambiente di condivisione interattivo tra dipendenti, sta diventando un vero e proprio *digital workplace*, ovvero un ambiente che entra in contatto anche con clienti e *stakeholder* esterni condividendo, ove possibile, informazioni e strumenti di business, creando così valore aggiunto per l'azienda. In questa direzione è andata anche Facebook che recentemente ha lanciato una nuova piattaforma di condivisione per sostituire le vecchie intranet aziendali: si chiama Workplace, anche detta "Facebook at work", che si propone di unire in un unico strumento la intranet, la mail box aziendale e gli altri *tool* di comunicazione interna con l'obiettivo di ottimizzare i processi e interconnettere i dipendenti in qualunque momento e ovunque si trovino, anche da mobile. La logica e la

tecnologia alla base sono quelle del social network più famoso del mondo, ma l'utilizzo è prettamente lavorativo. Sono già oltre mille le aziende che hanno adottato, con ottimi risultati, Workplace, Danone e Booking.com per fare due esempi, ma anche onlus come Oxfam e Save the Children. SACE, dal canto suo, ha avviato un progetto di *restyling* della propria intranet denominato "SACEville", che permette di accedere a tutte le iniziative di *welfare* aziendale. Si tratta di una mappa interattiva che, con un percorso graficamente intuitivo, guida l'utente attraverso tutti i servizi di People Caring offerti da SACE ai suoi dipendenti: dalle iniziative per la mobilità a quelle per la prevenzione, dalle convenzioni con esercizi commerciali e banche all'assicurazione sanitaria, dalla palestra aziendale ai corsi di formazione. Il progetto prevede vari step d'implementazione, anche alla luce dei recenti cambiamenti dell'assetto societario, nonché campagne di sensibilizzazione all'utilizzo non solo di SACEville, che permette di accedere a tutte le iniziative di *welfare* aziendale, ma più in generale delle iniziative di *welfare* aziendale.

Abbiamo visto, dunque, che il mondo della intranet è vasto, molto vario e complesso, una sorta di vestito su misura che ciascuna organizzazione si cuce addosso. È innegabile però che per i prossimi anni il passaggio a una intranet 2.0 o al *digital workplace* rimarrà una delle principali sfide da affrontare per tutti i tipi di imprese o istituzioni che vogliono rimanere al passo con i tempi e massimizzare i risultati. Intanto ai dipendenti non resta che rimanere connessi! ●

FRONTIERE

Economie da tener d'occhio



La nuova estrellita

In un'America Latina provata dalle sfide della difficile congiuntura internazionale, il Perù non smette di crescere e s'impone all'attenzione delle imprese italiane come uno dei mercati più interessanti per export e investimenti

È stato un anno di forte cambiamento per il Sud America. Il ciclo avverso delle *commodity*, il rallentamento della Cina, principale mercato di destinazione delle materie prime sudamericane, le crisi governative e l'orientamento della politica monetaria statunitense si sono fatte sentire sulle economie dell'area, Brasile *in primis*, facendo evolvere gli equilibri all'interno del continente.

Se è stato il Paese verde-oro il protagonista indiscusso dell'ultimo decennio, per gli anni a venire sono molti a indicare nel Perù, la nuova stella dell'America Latina.

Con una crescita media che nell'ultimo quinquennio si è mantenuta sempre al di sopra del 5% annuo, un'inflazione relativamente contenuta e forti opportunità d'investimento, il Paese è ormai parte dei mercati di riferimento per diverse imprese italiane ed è entrato nel mirino del governo italiano come testimoniano le importanti iniziative e missioni dell'ultimo anno per rafforzare le opportunità di interscambio economico.

L'economia peruviana è d'altronde sempre più aperta verso l'esterno grazie ad accordi commerciali bilaterali raggiunti tra gli altri con Stati Uniti, Cina e Italia, all'adesione al Mercosur e al recente patto, siglato nel 2012, con Colombia, Messico e Cile e suggellato nella cosiddetta Alleanza del Pacifico. Una linea di apertura che sembra rafforzarsi con

l'elezione, questo giugno, del liberale Pedro Pablo Kuczynski alla guida del Paese. Classe 1938, figlio di un medico tedesco giunto nell'Amazzonia peruviana per curare malattie tropicali, Pedro Pablo Kuczynski ha diviso la propria carriera tra Perù e Stati Uniti, ricoprendo incarichi nella Banca Mondiale e in diverse società minerarie - settore chiave di un Paese che è oggi il secondo produttore al mondo di rame e di zinco, il terzo produttore di argento e sesto d'oro.

Ministro dell'Energia nel 1980 e Ministro dell'Economia durante il governo di Alejandro Toledo (il primo eletto dopo la caduta di Alberto Fujimori), Kuczynski si era lanciato nella corsa alla presidenza della Repubblica già nel 2011 con un programma di governo a forte impronta neo-liberale, subendo però una sconfitta che lo ha indotto a presentarsi, nell'ultima corsa, con un piano dai contenuti più morbidi e vicini alle problematiche della classe media e bassa: un programma che prevede, tra l'altro, l'aumento del salario minimo, la riduzione dell'Iva di 3 punti e l'abbassamento dell'imposta sul patrimonio per le piccole imprese, permettendo così la loro formalizzazione.

Il fermento che il Perù sta vivendo negli ultimi anni è stato da alcuni paragonato a quello dell'Italia degli Anni Sessanta: un periodo di crescita e costruzione - di case, scuole, strade e infrastrutture - per sostenere un'inedita fase di sviluppo socio-demografico.

Sono diversi gli indicatori che fanno del Perù uno dei Paesi a più rapida crescita nel XXI secolo in America Latina. Secondo i dati della Banca Mondiale, la percentuale di popolazione che vive sotto la soglia di povertà è scesa dal 58,7% al 22,7% in meno di dieci anni (tra il 2004 e il 2014); l'accesso all'acqua potabile da parte della popolazione rurale è aumentato dal 58,1% (2004) al 68,2% (2014); la speranza di vita alla nascita si attesta nel 2014 a 74,5 anni contro i 72,1 anni del 2004. Anche il reddito pro capite è cresciuto (circa 12 mila dollari nel 2015).

Grazie all'aumento del potere d'acquisto, si sono create opportunità di mercato per i settori legati ai beni di largo consumo quali agroalimentari, moda, abbigliamento, tecnologia, elettrodomestici, ma anche per i macchinari destinati alla produzione di beni di consumo - tecnologie di cui l'Italia è uno dei migliori produttori a livello mondiale.

Sono stati stanziati oltre 20 miliardi di dollari di investimenti pubblici in infrastrutture (ferrovie, autostrade, metro, reti idriche) ed energia (soprattutto progetti relativi a impianti idroelettrici), che possono trasformarsi in opportunità commerciali per le aziende italiane ancora poco presenti nel Paese.

Lima, metropoli internazionale da 15 milioni di abitanti, raccoglie circa la metà della popolazione e riflette pienamente, con le sue luci e ombre, il processo tu-



multuoso di crescita che il Perù sta attraversando.

Considerata tra le città più *smart* del mondo dal "Traveler Magazine", la rivista specializzata nel turismo di "National Geographic", grazie alla qualità della sua ricettività che ha attratto gli investimenti delle più grandi catene alberghiere mondiali, Lima è in realtà un agglomerato di diversità sociali ed economiche, una città dove convivono i cosiddetti *pueblos jóvenes*, sobborghi dove mancano i servizi di base (a volte persino l'acqua), insieme ad altri quartieri benestanti, ricchi, dove i servizi sono efficienti, all'avanguardia.

Non a caso, nel suo complesso, il Perù è oggi considerato uno dei mercati emer-

genti più attrattivi, e numerose imprese italiane hanno mostrato interesse e hanno presentato progetti ottenendo anche concessioni: tra queste Enel Green Power, Sicav, Terna.

Un consorzio internazionale, di cui fanno parte anche le italiane Salini Impregilo, Ansaldo Sts e Ansaldo Breda, si è aggiudicato un contratto del valore di 9 miliardi di dollari per la costruzione, la gestione e l'ampliamento della metropolitana di Lima. In occasione della missione governo-imprese in Perù guidata da Matteo Renzi, Cassa depositi e prestiti, SACE e SIMEST, insieme a un pool di istituti finanziari esteri, hanno annunciato la finalizzazione di una linea di credito da 800

milioni di dollari, interamente garantita da SACE, destinata a sostenere i lavori che consentiranno, tra l'altro, di rafforzare i collegamenti con l'aeroporto internazionale Jorge Chavez e il più grande e importante porto del Perù.

Insieme alle infrastrutture, un fronte importantissimo di opportunità è rappresentato dalla produzione di energia. Sono attualmente operativi in Perù 23 progetti di generazione di elettricità con utilizzo di energie rinnovabili (solo nel 2014 sono entrati in funzione tre parchi eolici), che immettono nella rete oltre 345 megawatt: l'investimento totale supera al momento gli 845 milioni di dollari e per il 2016 il numero delle centrali in funzione raggiungerà le 29 unità. ●



Oltre la tradizione

Grazie a export e innovazione tecnologica la "piccola" Corea del Sud ha fatto dell'industria manifatturiera la propria ricchezza ed è oggi lontana anni luce da un passato difficile. Un mercato da tenere sott'occhio

Negli anni Duemila l'Unione Europea, la Cina e la Corea del Sud dichiararono, quasi in contemporanea, il loro impegno a diventare delle nazioni leader in innovazione tecnologica in grado di competere con gli Stati Uniti e il Giappone. Nonostante gli annunci ufficiali e gli ambiziosi programmi istituzionali, come "Horizon 2020" in Europa o il "Programma per la strategia statale sullo sviluppo trainato dall'innovazione" voluto dal Partito comunista cinese, tra i tre

contendenti solo la Corea del Sud oggi è riuscita a diventare un campione in innovazione, nonché una minaccia concreta per la competitività del vicino Giappone. Sebbene abbia registrato flessioni importanti in periodi di crisi globale, la Corea continua a crescere da cinquant'anni a questa parte, portando il Pil pro capite dai 79 dollari negli anni Sessanta ai 33 mila di oggi per una popolazione di circa cinquanta milioni di abitanti. La ricetta vincente è stata l'adozione di un modello di crescita *export-led* che ha controbilanciato la scarsa disponibilità di risorse

naturali con lo sviluppo di un'industria manifatturiera efficiente, innovativa e rivolta ai mercati internazionali. Grazie a una combinazione di incentivi fiscali, investimenti esteri e supporto pubblico alle esportazioni, la Corea ha creato dei veri e propri conglomerati a conduzione familiare, chiamati "*chaebol*", che col tempo sono riusciti a imporsi nei mercati internazionali. Samsung, Hyundai e LG ne sono un esempio: campioni dell'export, ma monopolisti nei loro rispettivi settori all'interno del mercato nazionale, dove la competizione straniera è pressoché azzerata.

Oggi la Corea del Sud è l'undicesima potenza economica mondiale paragonabile a un mercato avanzato più che a un'economia emergente, potendo vantare il quarto posto nella classifica *doing business* della Banca Mondiale e ottimi rating da parte delle principali agenzie. È un mercato di forte interesse anche per l'Italia. I principali marchi di moda, design e *food Made in Italy* – da Armani a Versace, passando per Caffè Illy e Lavazza – sono presenti ormai da tempo nel Paese a riprova dell'inversione di tendenza nei gusti dei consumatori coreani, sempre più raffinati ed esigenti. Altri settori su cui puntare per le imprese italiane sono soprattutto l'*automotive* e la relativa componentistica, il turismo, la meccanica strumentale (che pesa per circa il 30% sul totale), e l'IT, comparto in cui molte start-up italiane stanno trovando spazio, grazie alle recenti politiche di attrazione degli investimenti del governo locale.

Non a caso SACE ha incluso la Corea del Sud tra le destinazioni top per l'export italiano con un incremento potenziale delle vendite pari a 831 milioni di euro entro il 2019 (+4,6% medio annuo tra il 2017-2019) e le migliori opportunità che proverranno soprattutto dai prodotti in legno e dai componenti di arredo (+9% in media fino al 2019). La Corea del Sud gode di una posizione geografica strategica e di ottimi rapporti commerciali con partner fondamentali come l'Unione Europea, la Cina, i Paesi dell'Associazione delle Nazioni del Sud-Est Asiatico (Asean) e gli Stati Uniti grazie a una fitta rete di accordi di libero scambio che l'hanno resa un Paese dalla proiezione internazionale, al passo con i cambiamenti globali ma alla cultura e alle tradizioni coreane. Emblema di un Oriente lontano e fiero, chiuso in un'etica del lavoro di stampo confuciano, la Corea è al contempo un testimonial *sui generis* di stili di consumo estremi ispirati dall'Occidente. Un'ambivalenza facilmente visibile esplorando le vie della capitale, Seul, considerata da molti la città più *cool* del Far East, dove tesori della tradizione si mescolano alle opere contemporanee delle *archistar* internazionali e ai quartieri all'avanguardia, come Gangnam, la mecca del pop coreano (K-Pop), o Hongdae, punto di riferimento per la scena *hipster*.

Non sono poche, però, le sfide che Seul dovrà affrontare nel prossimo futuro: ancora tutte da valutare le conseguenze del recente scandalo delle tangenti e il coin-

volgimento di colossi come la Samsung, la Corea del Nord continua a minare la sicurezza nazionale, la popolazione sta invecchiando rapidamente, il pesante apparato burocratico limita la piccola imprenditoria locale mentre i monopoli di Stato sono ormai poco efficienti. Anche le stime sulla crescita del Pil per l'anno in corso sono state riviste al ribasso: dal +3,1% previsto al 2,8%. Un dato su cui pesano molto, oltre all'uscita del Regno Unito dall'Ue (che fino a oggi era la quarta destinazione per l'export coreano), la contrazione dei consumi interni, il rallentamento di un partner chiave come la Cina e l'andamento dei prezzi del petrolio che ha particolarmente colpito il settore cantieristico coreano, uno dei campioni dell'industria nazionale insieme all'*automotive* e all'*hi-tech*. Proprio per questo, lo scorso giugno, il governo coreano ha annunciato un piano di misure di stimolo per 17 miliardi di dollari, contenente esenzioni fiscali, investimenti in infrastrutture e aiuti ai settori più colpiti dal rallentamento dell'economia.

Ma se la storia è destinata a ripetersi, saprà ancora una volta trasformare le difficoltà in nuovi punti di forza e al resto del mondo non resta che tenerla d'occhio. ●

SIMEST E INVEST KOREA INSIEME PER PROMUOVERE GLI INVESTIMENTI ITALIANI NEL PAESE

La Corea del Sud è nei radar del Sistema Paese. Nel corso dell'ultima missione di Sistema a Seoul, nel marzo 2016, SIMEST ha siglato un accordo di collaborazione con Invest Korea, l'azienda governativa che promuove e facilita gli investimenti nel Paese.

Obiettivo: rafforzare le relazioni economiche nel campo degli investimenti, trasferimento di tecnologia, innovazione e risorse umane, facilitando la realizzazione in Corea di progetti di aziende italiane, soprattutto Pmi. SIMEST ha finanziato, fino a oggi, circa 80 milioni di euro di investimenti ed esportazioni in Corea del Sud.



Lavori in corso

Da eccellenza del terziario e dell'outsourcing a hub manifatturiero mondiale grazie al "new deal" dettato da Modi: l'India offre grandi opportunità al Made in Italy, anche se gli ostacoli non mancano

E primato sia! La crescita economica dell'India è arrivata al 7,6% nel periodo 2015-2016, confermando il passo sostenuto negli ultimi anni e superando anche la vicina Cina. Questi risultati sembrano essere in controtendenza con quanto si legge negli ultimi mesi sulle testate economiche mondiali riguardo alla possibile fine dei Bric. Se questa considerazione può essere vera per

Brasile e Russia – che attraversano una crisi più o meno strutturale – per la Cina si può parlare solo di un lieve rallentamento della sua corsa, e l'India, in effetti, ha sempre tenuto il passo.

Paul Krugman, Premio Nobel per l'economia, usa spiegare i Bric con una metafora «Se la Cina è la fabbrica del mondo, l'India è il suo ufficio», ed è proprio questo assunto che il governo liberale di Narendra Modi sta cercando di cambiare. Più della metà

del Pil dell'India proviene dal settore dei servizi che ha rappresentato per decenni la fortuna del Paese. La diffusa conoscenza della lingua inglese, retaggio del periodo coloniale, e i massivi investimenti in informatica e nel settore terziario sono stati alla base del successo dell'India e hanno permesso al Paese di inserirsi nelle catene del valore globali, accogliendo la delocalizzazione dei servizi. Non solo. A permettere all'India di imporsi nel terziario, sono stati

anche gli ingenti investimenti nella ricerca e sviluppo e nell'università, che ogni anno sforna laureati altamente specializzati richiesti e apprezzati in tutto il mondo. Ma l'India è pronta a cambiare passo e a modificare radicalmente la propria strategia di politica economica e industriale. Nel settembre del 2014, poco dopo la sua elezione, Modi ha lanciato un ambizioso programma, "Make in India", che punta a fare del Paese un hub manifatturiero mondiale.

Il progetto ricalca il modello del Gujarat, lo Stato nord-occidentale dell'India del quale l'attuale Premier è stato governatore. Riuscendo ad attrarre un gran numero di investitori locali e internazionali oggi questa regione concentra in sé il 16% di tutta la produzione del Paese e, non a caso, l'"Economist" ha definito il Gujarat "la locomotiva industriale dell'India". Il programma "Make in India" si divide in due fasi: la prima mira ad attrarre investi-

menti esteri, invitando le imprese a stabilire le proprie manifatture in India e a creare poli industriali nel Paese. A questo scopo il governo di New Delhi sta varando leggi per snellire le procedure burocratiche e avviare progetti infrastrutturali, per rendere il Paese più attrattivo anche dal punto di vista logistico. Contemporaneamente, però, il governo ha intenzione di innalzare alcune barriere – tariffarie e non – alle importazioni con



l'obiettivo di salvaguardare e favorire i produttori locali.

La seconda fase del programma consiste nello sviluppo di un'expertise propria da parte della manifattura indiana. Una volta acquisito il *know how* da parte delle imprese estere che si stabiliranno in India, si colmerà il gap industriale nel quale vive adesso il Paese. E, guardando i numeri, risultano chiare le potenzialità in termini di sviluppo economico di tutto il progetto: attualmente il manifatturiero contribuisce solo al 17% del Pil nazionale (rispetto al 69% dei servizi e al 14% dell'agricoltura), e occupa solamente 100 milioni di indiani (contro i 252 milioni dell'agricoltura e i 142 milioni dei servizi).

Sono venticinque i settori chiave che New Delhi ha individuato per sviluppare l'industria manifatturiera, comparti considerati di maggiore interesse per gli imprenditori stranieri e che potenzialmente possono contribuire in maniera esponenziale alla crescita del Paese. Tra questi, spiccano *automotive*, IT, trasformazione alimentare, tessile, costruzioni, infrastrutture, turismo, chimico, farmaceutico, elettronico, energia e telecomunicazioni.

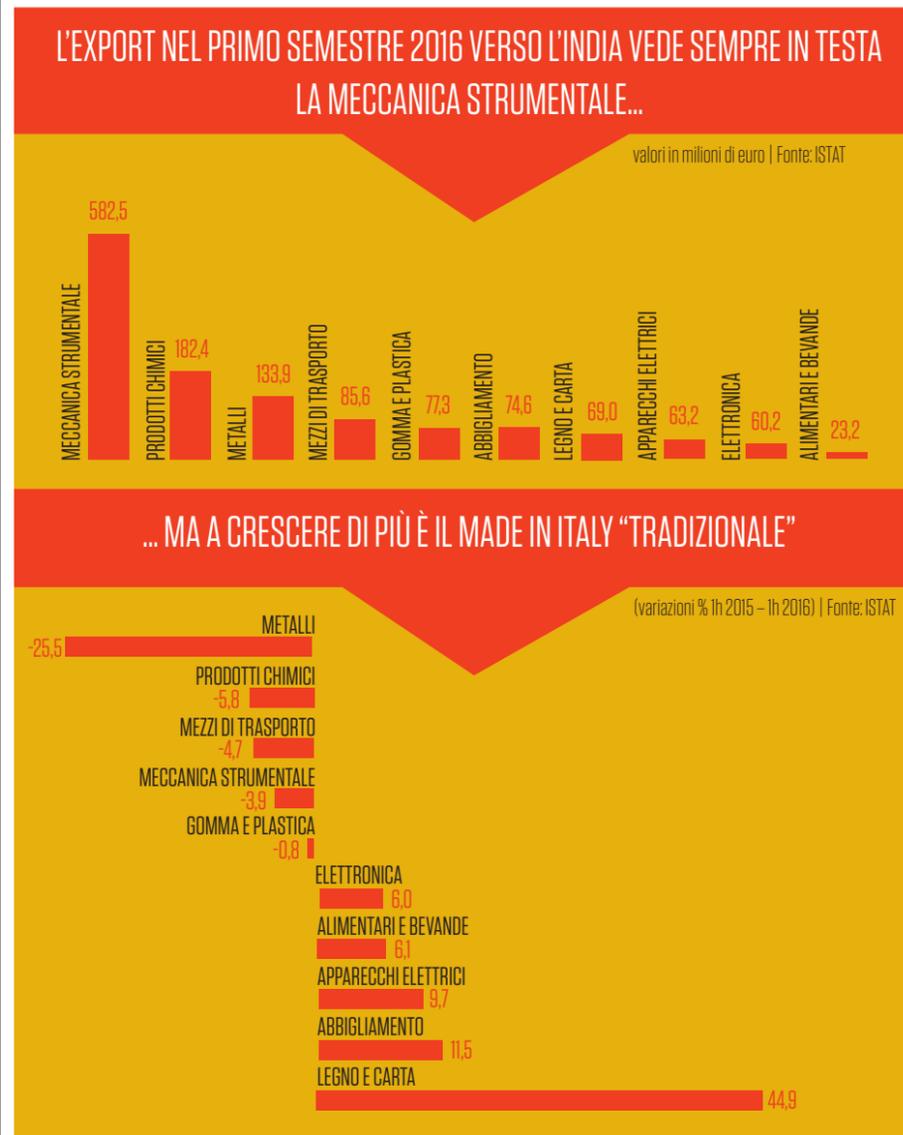
Il "nuovo corso" indiano dischiude grandi opportunità anche per l'export italiano, ma il cammino per coglierle non è privo di ostacoli. Le nostre esportazioni verso l'India nel 2015 avevano ricominciato a correre, segnando una crescita a due cifre (+10,3%) e raggiungendo i 3,4 miliardi di euro. I dati registrati nel primo semestre 2016, tuttavia, indicano una diminuzione dell'export italiano. Era quindi solo un fuoco di paglia? Non proprio. I prodotti Made in Italy restano ben posizionati sul mercato indiano e la flessione è riconducibile principalmente a un rallentamento del 14,7% dell'import del Paese, a cui ha contribuito anche una serie di altre concause, come il deprezzamento della valuta e la riduzione della domanda. Eppure, la quota di mercato dell'export italiano ha dimostrato una buona tenuta, mettendo a segno persino un lieve aumento nello stesso periodo.

La meccanica, che da sola vale il 40% del nostro export, ha sperimentato un rallentamento (-3,9%), ma con performance differenziate a seconda dei comparti: in crescita per i macchinari di uso specifico, in flessione per i macchinari di impiego generale.

La pressione concorrenziale, nel settore della meccanica, è senz'altro elevata, specialmente da parte delle più vicine Cina

e Corea del Sud, che offrono prodotti meno cari e dalla qualità in miglioramento. L'Italia potrà puntare su quei comparti della meccanica strumentale che si sono resi protagonisti già nel 2015 – come i macchinari a uso speciale, quelli per l'industria estrattiva e delle materie plastiche e della gomma. Oltre che per i beni di investimento ci sarà spazio anche per i settori del Made in Italy "tradizionale", quali i mobili e complementi d'arredo, l'abbigliamento e l'*automotive*, che hanno evidenziato una buona crescita nel primo semestre. Certo è che le imprese italiane, per poter penetrare con maggior efficacia il mercato indiano superando le numerose barriere all'entrata, dovranno

spingersi anche oltre l'export, adottando una strategia di internazionalizzazione più proattiva e di medio/lungo periodo, investendo direttamente *in loco*. Una chiave di volta per favorire gli scambi commerciali tra Italia e India potrebbe arrivare da accordi bilaterali a livello istituzionale che, viste le recenti derive protezionistiche del governo indiano, rischiano di non concludersi, ma che sarebbero strategici per abbattere gli ostacoli – tariffari e non – presenti nel Paese e aprire nuove strade. Strade promettenti visto che la crescita dell'India, secondo le previsioni del Fondo Monetario Internazionale, dovrebbe proseguire nel 2016 e nel 2017 sul 7,6% annuo. ●



SACE MAG
 Quadrimestrale d'informazione
 numero 1-2017
 Milano

EDITORE
 SACE

DIRETTORE RESPONSABILE
 Anna Mazzone

COORDINAMENTO EDITORIALE
 Marco Battaglia

REDAZIONE
 Maddalena Cavadini
 Valeria Meuti
 Francesca Ricciardelli
 Annalisa Saccotelli

REALIZZAZIONE E PHOTO EDITING
 Studio Mjök

STAMPA
 Valprinting

CONTATTI
 sacemag@sace.it

Aut. Trib. Milano n. 202
 del 24 Aprile 2009

in copertina foto di

SACE
 Piazza Poli, 37/42
 00187 Roma

Vicini alle aziende, in Italia e nel mondo.



SACE e SIMEST ti offrono un **accesso privilegiato a una gamma di prodotti e servizi unica**, in grado di soddisfare tutte le esigenze connesse al percorso di internazionalizzazione della tua impresa.

Con noi da oggi hai un unico partner per finanziare il tuo sviluppo internazionale, investire all'estero beneficiando di interventi di partecipazione al capitale, assicurare e monetizzare i tuoi crediti, ottenere tutte le

garanzie richieste per gare e commesse, e avvalerti di una consulenza personalizzata per crescere oltreconfine.

I nostri **14 uffici**, insieme a **42 agenzie e broker**, sono il tuo punto di riferimento sul territorio italiano. Inoltre puoi contare sugli uffici del nostro **network internazionale**, che presidia le aree a maggior potenziale e segue da vicino i tuoi progetti nel mondo.

SCARICA LA NUOVA APP



App Store



Google Play

CONTATTI
800.269.264

www.sace.it www.simest.it

