

SACE MAG

GLOBAL PERSPECTIVES AND SOLUTIONS

LA MANIFATTURA E LE ECONOMIE MATURE: QUALE FUTURO?

L'opinione di
Giorgio Barba Navaretti

DIRETTRICI PER L'EXPORT

Indicazioni a misura
d'impresa dall'ultimo
Rapporto di SACE

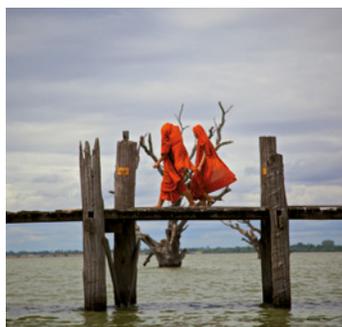
ACCESSO AL CREDITO

Al via le garanzie
sui finanziamenti
a breve termine

A PASSO SPEDITO

CRESCONO LE NUOVE TIGRI DEL SUD-EST ASIATICO:
NEXT GENERATION MARKETS PER IL MADE IN ITALY?

SOMMARIO



**SACE
MAG**

GLOBAL PERSPECTIVES AND SOLUTIONS

Quadrimestrale d'informazione
numero 1, gennaio/aprile 2013
Milano

Editore
SACE S.p.A.

Direttore responsabile
Stefania Pensabene

Coordinamento editoriale
Marco Battaglia

Redazione
Maddalena Cavadini,
Dario Barigelli,
Valeria Meuti

Collaboratori
Anna Mazzone,
Gaetano Prisciandelli,
Evgeny Utkin

Realizzazione e photo editing
Studio Mjolk

Stampa
Marchesi Grafiche Editoriali

Contatti
sacemag@sace.it

in copertina:
vista dell'U Bein Bridge Mandalay,
Myanmar.
Foto: Marco Battaglia, SACE

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



Nessun dorma

Arcipelago di opportunità.
Nel Sud-est asiatico piccole
Tigri crescono

Business Etiquette

Le buone maniere
per fare affari
in Indonesia

EDITORIALE

- 1 **On the road again**
di Simonetta Acri

- 28 **Rigoni di Asiago**
Tempi maturi

L'OPINIONE

- 2 **La manifattura e le economie
mature: quale futuro?**
di Giorgio Barba Navaretti

- 30 **Industria Termoplastica
Pavese**
La plastica allunga la vita

CAPITANI DEL NUOVO MONDO

- 4 **Tserenpuntsag Boldbaatar**
L'uomo delle alleanze

- 32 **Coghi Costruzioni Edili**
Rete di protezione

CHECK-IN

- 8 **Meteo Mercato**
Chi si ferma è perduto

- SE NE PARLA
34 **Arte e industria**
Il Sol dell'Avvenire

- 10 **News dai mercati emergenti**
Cosa accade nel mondo

- VISTI DALLA CINA
36 **Ombre rosse**
Le imprese cinesi
e lo shadow banking

- 12 **Rapporto Export di SACE**
Direttrici per andare lontano

- SACE PER L'ARTE
38 **Nunzio**
La forza della materia nuda

SIDECAR

- 26 **Ricciarelli e Materassificio
Montalese**
Tra storia e innovazione

- AUTOSCATTO
40 **La giusta rotta**
Novità per l'accesso al credito



SIMONETTA ACRI RESPONSABILE RETE ITALIA SACE

On the road again

Sembra ormai impossibile qualsiasi tipo di considerazione sulla congiuntura attuale senza fare riferimento alla profonda crisi degli ultimi anni. Vorrei però inaugurare questo 2013 con una nota di cauto ottimismo, che arriva direttamente dai nostri studi.

L'ultimo Rapporto Export di SACE, pubblicato proprio in questi giorni, ci dice che le vendite del Made in Italy all'estero hanno intrapreso un cammino di crescita moderata ma progressiva, che nei prossimi tre anni si manterrà sempre a un tasso superiore al 7 per cento.

Lo studio dimostra come, tra le mille difficoltà di questi anni, molte imprese italiane abbiano saputo cogliere le sfide del cambiamento, innovandosi e imparando a guardare lontano. È il frutto positivo di quel processo di "ristrutturazione silenziosa" e "internazionalizzazione attiva" che fa oggi del nostro export un traino fondamentale del Sistema Paese.

La capacità del Made in Italy di farsi strada nel mondo sta segnando risultati sorprendenti, nonostante l'andamento negativo della produzione industriale. Il manifatturiero italiano ha registrato tassi di crescita dell'export superiori a quelli di Francia e Germania: e non mi riferisco solo alle nostre eccellenze storiche nei comparti alimentare, arredo e moda, ma sempre più anche ai settori industriali a medio-alta tecnologia, dalla metallurgia alla meccanica strumentale.

Sostenere il Sistema Italia è la nostra missione da sempre. Lo confermiamo ogni giorno, cercando insieme alle imprese le soluzioni più adeguate alle loro esigenze. Siamo consapevoli che per farlo bisogna essere sul campo, incontrare gli imprenditori, studiare insieme i progetti di crescita, identificare i migliori strumenti assicurativo-finanziari per supportarli e rispondere in tempi rapidi a un mondo globalizzato che cambia velocemente. Presenza capillare, semplificazione, rapidità e competenza: questo è per noi l'ABC di una partnership realmente efficace, che possa davvero fare la differenza.

Anche i nostri studi sono al servizio delle imprese. Il Rapporto Export è pensato come uno strumento operativo, una vera e propria guida alle scelte aziendali, per comprendere i cambiamenti e segnalare nuove direttrici da esplorare, Paese per Paese, settore per settore: quali i bacini di maggiore domanda? Quali i mercati in cui l'expertise italiana può cercare opportunità di nicchia?

A queste domande daremo risposta in un *road show* che, tappa dopo tappa, toccherà le principali città italiane. Sarà l'occasione per incontrare e confrontarci con chi ogni giorno si misura con le sfide dei mercati e ricerca soluzioni competitive ed efficaci, per rafforzare la nostra partnership e trovare nuove forme di collaborazione.

Vi aspetto quindi a questi appuntamenti con i mercati esteri... per non fermare mai il Made in Italy. 🌐

www.sace.it/eventi

GIORGIO BARBA NAVARETTI

Giorgio Barba Navaretti è professore ordinario di Economia politica all'Università degli Studi di Milano, direttore scientifico del Centro Studi Luca d'Agliano e Distinguished Visiting Faculty a Sciences Po di Parigi. La sua attività di ricerca è su temi di economia internazionale e dello sviluppo. Ha contribuito soprattutto alla letteratura sulle imprese multinazionali e sulla competitività di impresa. È coordinatore di diversi progetti di ricerca internazionali finanziati dalla Commissione Europea e da altri organismi internazionali. È Academic Advisor del Research Network sulla competitività della Banca Centrale Europea e coordina il Forum sulla regolamentazione delle banche multinazionali di UniCredit. È membro del Comitato Scientifico di Confindustria, del Comitato Scientifico Internazionale della Fondazione Enel e consigliere di amministrazione di AoN Italia, di Banca Sistema e della UniCredit & Universities Foundation. È editorialista per Il Sole 24 Ore.



La manifattura e le economie mature: quale futuro?

AUMENTARE LA PRODUTTIVITÀ, INVESTIRE IN QUALITÀ E INNOVAZIONE SONO ALCUNE DELLE STRATEGIE PER RIDURRE IL VANTAGGIO DEI PAESI EMERGENTI.

La manifattura deve ritrovare il proprio futuro anche nelle economie mature. Questo è diventato negli ultimi tempi quasi un motto condiviso dai principali esponenti politici e dal mondo delle imprese dei Paesi occidentali. Il presidente degli Stati Uniti Barak Obama ha posto questo punto al centro della campagna elettorale e la ripresa del settore automobilistico, dopo le misure di risanamento varate nel 2009, è stata determinante per la sua rielezione. Diversi esponenti di governi europei hanno preso posizioni simili. La Commissione Europea nel 2012 ha messo a punto un piano per la nuova politica industriale dell'Unione. Oltre che dai governi, questa prospettiva è chiaramente condivisa dalle associazioni imprenditoriali: Confindustria, ad esempio, indica esplicitamente nel suo recente manifesto per l'Italia l'obiettivo di riportare la quota del manifatturiero sul Pil al 20 per cento.

Questa visione è in qualche modo in contrasto con il trend storico di graduale passaggio della specializzazione produttiva dall'industria ai servizi, osservato in tutte le economie mature. A livello globale, tra il 1970 e il 2010 la manifattura è scesa dal 27,7 al 17 per cento del Pil, mentre i servizi sono passati dal 51,8 al 66,3 per cento.

Per quale ragione dunque si invoca ora il ritorno ai manufatti? I motivi sono sostanzialmente tre: lavoro, ricerca ed esportazioni. L'industria, per quanto in declino, continua a contare per una quota molto rilevante dell'occupazione in quasi tutti i Paesi occidentali. Inoltre, diversi lavori hanno dimostrato che la specializzazione nei servizi tende a determinare una maggiore disuguaglianza nel reddito, accrescendo la distanza tra lavoratori qualificati e non. Per questo, soprattutto in questa fase di grande crisi e di crescente disoccupazione, preservare e se possibile accrescere l'occupazione manifatturiera è un obiettivo molto importante.

In secondo luogo, la manifattura genera investimenti in ricerca e sviluppo assai maggiori della sua quota di valore aggiunto. Negli Usa, ad esempio, la manifattura, pur pesando solo per l'11 per cento del Pil, conta per il 68 per cento delle spese in ricerca e sviluppo. Infine, gran parte dei beni commerciabili è rappresentata da manufatti, per quanto questi contengano una quota crescente di servizi. I saldi della bilancia commerciale, esclusi i Paesi esportatori di materie prime o prodotti agricoli, dipendono sostanzialmente dalla competitività manifatturiera (vedi il surplus dell'economia cinese o tedesca e il deficit degli Stati Uniti). Anche l'Italia è riuscita a riportare la propria bilancia commerciale in attivo grazie alle esportazioni di manufatti. Per quanto auspicabile possa essere (e comunque l'impatto effettivo di invertire il trend storico nell'allocazione settoriale del Pil sarebbe da esaminare con cautela), questo obiettivo non è certamente facile da raggiungere. Il graduale trasferimento di molte attività produttive verso i Paesi emergenti è



Un laboratorio di abbigliamento, una delle tre "3A" del Made in Italy. Foto Simone Cerio, Parallelozero.

legato a una forte competitività nel costo del lavoro e alla straordinaria dinamica di questi mercati. Inoltre, la frammentazione della catena globale del lavoro, unita all'abbassamento dei costi di trasporto, ha permesso una graduale specializzazione della geografia di produzione manifatturiera. Di conseguenza, molti manufatti sono il frutto di componenti che provengono da diverse parti del mondo. Questo processo ha indotto molti osservatori a ritenere che il graduale trasferimento del manifatturiero verso i Paesi emergenti fosse inevitabile. In realtà la questione è molto più complessa. Le economie mature hanno molte leve, a livello di impresa e di politica economica, per rafforzare la propria competitività nell'industria. Intanto la dimensione dei mercati: per quanto i costi di trasporto si siano abbassati, la vicinanza della produzione ai mercati rimane un fattore competitivo rilevante. E nonostante il Pil relativo dei Paesi del G7 sia in declino, continua a essere il 38 per cento del mondo. Europa e Stati Uniti sono i più grandi mercati. E non sempre conviene frammentare il processo produttivo. La vicinanza dell'assemblaggio dei beni finali al consumatore può generare processi di integrazione finale con i fornitori, sia per le frequenti interazioni nell'*engineering* e nella produzione dei componenti, sia per le necessità di integrare produzione e distribuzione in processi *just in time*. Infine le attività industriali hanno una loro resilienza allo spostamento. Chiudere impianti è costoso in sé, ma anche in generale in quanto si perdono economie di agglomerazione (infrastrutture, competenze

specifiche e così via). Dunque, in molti casi evitare di spostare la produzione può avere fondate motivazioni economiche.

La seconda ragione è che il gap nei costi di produzione con i Paesi emergenti si sta riducendo. Il costo del lavoro cinese nel 2000 era pari al 3 per cento di quello americano, sarà del 17 per cento nel 2015. Per quella stessa data, secondo l'Economist, tenendo conto anche di tutti gli altri fattori di costo, produrre in Cina o negli Usa determinerà oneri uguali. Se a ciò si aggiungono cambiamenti in altri fattori di costo, come l'energia negli Usa grazie allo *shale gas*, è chiaro che la bilancia si sta gradualmente rispostando a favore delle economie mature.

Se dunque in generale ci sono molti elementi che giustificano il rientro o almeno la permanenza del manifatturiero nelle economie mature, allo stesso tempo imprese e istituzioni devono mettere in atto strategie per rafforzare questo processo. Dal punto di vista delle imprese la via principale è quella di ridurre l'incidenza del costo del lavoro. Il che non significa abbassare i salari, ma aumentare produttività e valore unitario della produzione attraverso investimenti in qualità dei prodotti, in innovazione tecnologica, in riorganizzazione della produzione logistica e così via. In media, già oggi il costo del lavoro incide tra il 10 e il 15 per cento del valore della produzione. Se si riuscisse ad abbassarlo ulteriormente, il vantaggio dei Paesi emergenti diventerebbe poco significativo.

Dal punto di vista della politica economica e della regolamentazione dei mercati, una riduzio-

ne degli oneri fiscali sul lavoro e una maggiore flessibilità dei contratti, così da allineare salari e produttività, permetterebbero di ridurre il costo del lavoro e, allo stesso tempo, di aumentare la remunerazione dei lavoratori. Ragionando con una logica di concorrenza globale, misure di questo tipo quindi sono dei *win win*.

In termini più generali, il rafforzamento del contesto competitivo delle economie mature richiede soprattutto misure che favoriscano quella che in gergo economico si definisce "efficienza allocativa", ossia lo spostamento delle risorse (investimenti, personale, capacità produttiva) verso le attività e le imprese più efficienti capaci di crescere e di competere sui mercati globali. Tra l'altro, le prospettive cambiano, nel senso che oggi la competizione per la localizzazione degli investimenti produttivi è soprattutto verso altre economie mature. Come è ben noto, anche in Europa le condizioni per produrre sono tutt'altro che armonizzate.

In conclusione, è certo che il manifatturiero continuerà a esistere nel Nord del mondo e anche a crescere. Lo farà in una forma nuova attraverso una sorta di seconda o terza rivoluzione industriale: i prodotti verranno terziarizzati (dunque con una quota rilevante di valore aggiunto prodotto dai servizi) e le fabbriche assomiglieranno a delle cliniche piuttosto che a quei luoghi fumosi e rumorosi dell'immaginario collettivo. Ma la partita non è semplice e né imprenditori e manager, né la politica economica possono stare con le mani in mano. ☹

IL PERSONAGGIO

L'UOMO DELLE ALLEANZE

SCHIVO E RISERVATO, CON UNA VITA PRIVATA SCONOSCIUTA AI PIÙ: PER IL MAGNATE CENTRASIATICO *TSERENPUNTSAG BOLDBAATAR* PARLANO I FATTI E LA STORIA DELL'IMPERO CHE HA CREATO NELLA TERRA DI GENGIS KHAN.

Fino a qualche tempo fa “telefonino” in Mongolia si diceva “MobiCom”, come il nome della prima compagnia nazionale di telefonia mobile. Un successo enorme, concepito nei primi anni Novanta e cresciuto esponenzialmente nell’arco di due decenni, che solo pochissimi marchi sono riusciti a ripetere nella storia.

A dargli il via è stato Tserenpuntsag Boldbaatar, manager mongolo che grazie a un buon mix di intuizioni coraggiose e iniziative calibrate ha scalato il gotha del business asiatico, con profitti enormi. Al momento è il settimo uomo più ricco della Mongolia, con oltre 800 milioni di dollari di patrimonio personale.

Quando tutto iniziò – correva l’anno 1993 e Boldbaatar aveva solo quarant’anni – il Paese stava attraversando una profonda crisi economica e sociale. Con il venir meno dell’Unione Sovietica, che garantiva oltre un terzo dell’assistenza e provvedeva a buona parte dei servizi essenziali (sanità, istruzione ed energia), da un giorno all’altro la popolazione mongola si era trovata ad affrontare un vero e proprio stato di emergenza e di povertà.

Nessuno pensava ai telefonini. Tranne Boldbaatar. Fondò la NewCom, una società di consulenza che avrebbe dovuto trovare proprio nel campo delle telecomunicazioni la propria linea di business trainante. Poi cercò dei partner in Giappone, presentandosi alla Sumitomo General Trading con una proposta azzardata: «È possibile creare in Mongolia una società privata di telefonia cellulare con le più avanzate tecnologie giapponesi?». In quegli anni anche

in Giappone, leader mondiale del settore e tra i principali partner economici della Mongolia, la penetrazione di clienti “mobili” sfiorava solo un modesto 3 per cento. Ma di lì a poco la Sumitomo sarebbe diventata partner in affari di NewCom.

Boldbaatar aveva lavorato per circa dodici anni per il Ministero delle Telecomunicazioni, salendo gradino dopo gradino la gerarchia del dicastero fino a diventare Ceo della Mongolian Telecommunications Company. Credeva che la creazione di un servizio di telefonia mobile sarebbe stata un grande business, fondamentale per lo sviluppo del Paese. E non si sbagliava. I telefonini avevano tutto il potenziale per modificare radicalmente la vita del popolo mongolo. La Mongolia è un Paese vastissimo, circa cinque volte l’Italia, ma ha una popolazione molto esigua, che sfiora i tre milioni di abitanti. È una terra estrema: uno dei Paesi più alti del mondo, con montagne aspre, praterie e deserti selvaggi dove la pioggia non cade quasi mai. A sud il Gobi occupa un terzo del territorio nazionale. Nella capitale Ulan-Bator la primavera si annuncia con violente tempeste di sabbia e nel lunghissimo inverno la colonnina di mercurio può scendere al di sotto dei -30°; quando la rigidità si spinge all’estremo, si entra in quella che i Mongoli chiamano *dzud*, la morte bianca.

In un Paese tanto inospitale, logistica e comunicazione rappresentano una sfida, ma sono soprattutto una necessità. Fu così che la NewCom, insieme alle giapponesi Sumitomo General Trading e Kddi, riuscì a ottenere la licenza Gsm in Mongolia, nel 1995: nasceva in questo modo la



Tserenpuntsag Boldbaatar,
presidente di NewCom Group,
firma insieme a Mark Norbom,
presidente e Ceo di General Electric,
un accordo per una cooperazione
strategica in Mongolia.





NEWCOM GROUP (NCG)

Tra i più importanti gruppi industriali della Mongolia, Ncg include nel suo portfolio attività legate alle telecomunicazioni, all'aviazione civile, all'energia verde e ai servizi immobiliari, impiegando oltre 2000 persone.

Capofila del Gruppo è MobiCom, il più grande provider di servizi wireless in Mongolia, con più di 1 milione di abbonati, mentre la Eznis Airways costituisce la più importante compagnia aerea privata del Paese. Nel settore delle energie rinnovabili, Ncg ha iniziato con Clean Energy a sviluppare il primo impianto eolico in Mongolia, in grado di generare fino a 2550 kWh.

MobiCom, prima società privata di comunicazione mobile del Paese, un'avventura che adesso vanta un numero di utenti superiore al milione. Garantita da tre anni di esclusiva sul territorio nazionale, MobiCom è cresciuta rapidamente, investendo in tecnologia avanzata, grazie alla partnership con i Giapponesi. Oggi copre l'80 per cento del mercato nazionale. Ha lanciato

due servizi di telefonia mobile satellitare, Thuraya e Iridium, fondamentali in un Paese in cui la maggior parte del territorio è disabitata. E vende anche cellulari. Oltre a essere il maggior operatore mobile della Mongolia, la MobiCom è anche la principale compagnia nel settore Information Technology e nel 2001 ha visto la nascita di un'altra compagnia, la NewcomTel, che con il colosso giapponese Ntt serve il mercato delle chiamate internazionali tramite tecnologia VoIP, oggi utilizzata in tutto il mondo. Ma ormai NewCom è un colosso che opera in una vastissima gamma di settori, coprendo tutti quelli più strategici per la Mongolia: si parte dal mercato interno, si cresce con partnership internazionali.

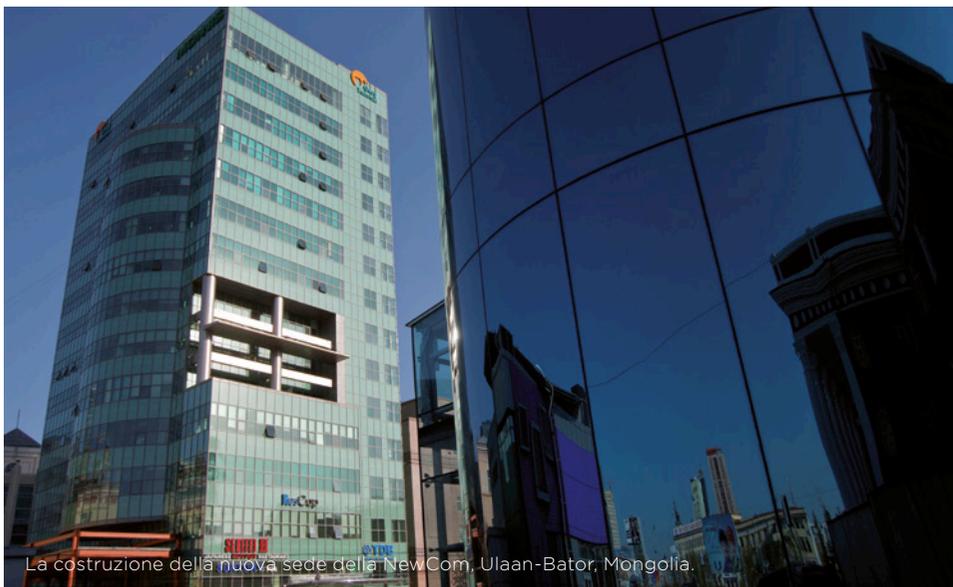
Dal 2000 Boldbaatar ha iniziato a guardare alle energie verdi, a cominciare dal vento. Il Paese ha enormi potenzialità: per gli scienziati mongoli e americani l'energia eolica può generare

fino a 2550 miliardi di kWh, più della metà del consumo totale della Cina.

Tramite Clean Energy, società del Gruppo nata nel 2004, il magnate costruisce il parco eolico del Monte Salkhit, a circa 70 chilometri a sud-est di Ulan-Bator, in *joint venture* con General Electric. Attraverso un Power Purchase Agreement firmato con la National Electricity Transmission Network (Netn), Clean Energy diventa il primo fornitore di energia indipendente in Mongolia e realizzerà il più grande impianto di alimentazione commissionato nel Paese negli ultimi trent'anni.

Sono allo studio diversi altri siti, anche nel deserto del Gobi, per alimentare l'industria mineraria. Insieme all'Antartide, il Gobi sarà il principale serbatoio di materie prime sulle quali la Terra potrà contare per i prossimi cento anni. E proprio nell'area sud del deserto di Gengis Khan sono in dirittura di arrivo i lavori

Presentazione del nuovo aereo della Eznis Airways, compagnia aerea leader nazionale della Mongolia.



La costruzione della nuova sede della NewCom, Ulaan-Bator, Mongolia.

di completamento della miniera di Oyu Tolgoi: quella che sarà la più grande e la più moderna del mondo e che sfrutterà il più esteso giacimento di oro e rame conosciuto, con una *joint venture* tra Usa e Mongolia. Il giacimento è suddiviso in tre grandi masse mineralizzate e il suo sfruttamento dovrebbe entrare a pieno regime quest'anno. La miniera di Oyu Tolgoi è il più imponente investimento finanziario nella storia della Mongolia e conterà per il 30 per cento del Pil. È naturale che, laddove esiste un complesso minerario così importante, si sviluppino anche piccoli centri e città che necessitano di infrastrutture e servizi.

È qui che le imprese italiane potrebbero trovare interessanti opportunità, non solo per le forniture di macchinari, ma anche per i lavori infrastrutturali (costruzione di ferrovie, strade e opere di illuminazione). I principali partner commerciali della Mongolia sono Cina, Russia

e Giappone, ma l'Italia è riuscita a ritagliarsi buoni margini di crescita. Le esportazioni nel 2011 hanno raggiunto 25 milioni di euro, con un aumento del 73 per cento rispetto all'anno precedente. E la meccanica strumentale rappresenta una voce cruciale dell'export italiano nel Paese, con circa il 36 per cento del totale.

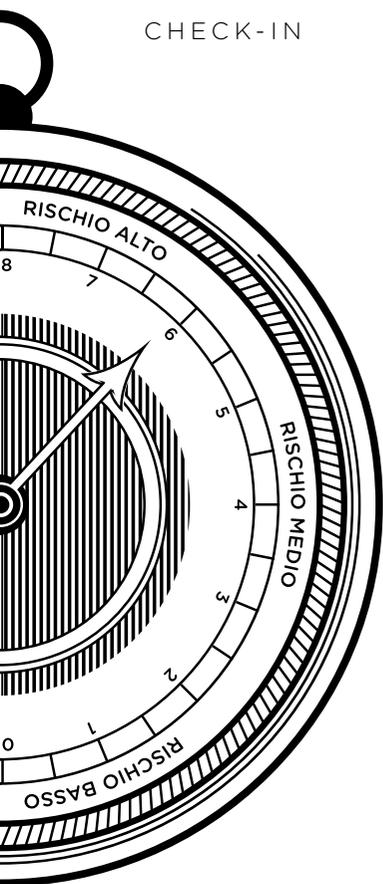
Il disastro di Fukushima ha aperto nuove prospettive per il mercato energetico asiatico. L'Impero del Sol Levante ha già notevolmente aumentato l'importazione di Gnl (gas naturale liquefatto) dall'Asia e dalla Russia ma ha bisogno di elettricità. Boldbaatar ha avviato con SoftBank Corp (terzo gruppo in Giappone) i lavori per lo sviluppo di Asia Super Grid, una rete elettrica che porterà l'energia direttamente in Giappone, e la *joint venture* per realizzare questo progetto è stata firmata lo scorso ottobre. Uno dei tanti punti forti dell'imprenditore mongolo è la capacità di riuscire a stabilire

partnership importanti con le società leader mondiali nel settore. Così è stato per le telecomunicazioni, e così sta succedendo adesso per l'energia. Anche i legami con la General Electric non si limitano solo all'acquisto di turbine per la centrale di Salkhit. Sono allo studio nuove collaborazioni per lo sviluppo del Paese asiatico: elettricità, acqua, ferrovie, illuminazione e tanto altro.

Non si esauriscono qui le attività del colosso. Nel 2006 è nata Eznis Airways (il nome "Eznis" significa "facilità di volo" e nasce dalla combinazione di *ez*, dall'inglese *easy*, e *nis* in mongolo "volare"), la prima compagnia aerea privata mongola, che è diventata leader nazionale e che copre anche rotte internazionali, verso Hailar in Cina e Ulan-Ude in Russia. E nel giugno 2011 è stata fondata NewCom Mining Services, la compagnia di noleggio di attrezzature edili e minerarie, per contribuire allo sviluppo delle infrastrutture e alla crescita economica della regione del Gobi.

Una ramificazione di portata tale che va a braccetto con il mondo degli studi e delle università. Nel luglio del 2011 NewCom Group ha firmato una partnership strategica con l'Università californiana di Berkeley e ha lanciato a Ulaan-Bator l'American University of Mongolia Center for Executive Education. Il centro è alla base di un'iniziativa ancora più ampia per istituire nuove università, fondate sulla tradizione accademica americana e sugli standard necessari a soddisfare la domanda emergente delle competenze e delle conoscenze in Mongolia e in tutta la regione.

Sapendo quanto vale una buona preparazione, Boldbaatar punta sulla crescita di nuovi leader e non a caso è stato il cofondatore dell'Economic Policy and Competitiveness Research Center, un *think tank* mongolo che mira a rafforzare la competitività economica nazionale. ☺



METEO MERCATO

CHI SI FERMA È PERDUTO

PERDURANO LE DIFFICOLTÀ DELL'INDUSTRIA ITALIANA, SOSTENUTA SOLO DALLA DOMANDA ESTERA. GRAN PARTE DEI SETTORI MANTIENE PROFILI DI RISCHIO MEDIO, RESTANO NEL TUNNEL COSTRUZIONI, METALLURGIA E PRODOTTI IN METALLO.

L'economia italiana continua a essere in recessione. Nel terzo trimestre del 2012, il Pil si è contratto dello 0,2 per cento rispetto al periodo precedente e le stime per l'intero anno annunciano un calo di poco superiore al 2 per cento.

Prosegue la flessione nei consumi delle famiglie e la fiducia delle imprese è ai minimi. Nei primi nove mesi del 2012 sono uscite dal mercato 55 mila aziende, una cifra record nell'ultimo decennio. Si prospetta un 2013 arduo, specialmente per le imprese che hanno più difficoltà a diversificare i propri bacini di domanda di riferimento.

AGROALIMENTARE E BEVANDE

↓ 3,6

Nei primi nove mesi del 2012, la spesa alimentare delle famiglie è cresciuta solo dello 0,9 per cento, con un aumento maggiore per bevande e in minor misura per generi alimentari. Tra i prodotti alimentari che hanno mantenuto un andamento aciclico troviamo la farina, le uova, la pasta e il pane; sono calati invece i consumi di carne, di pesce e di prodotti ortofrutticoli. Inoltre, da ottobre è entrata in vigore la norma che riduce i tempi di pagamento a 30 giorni per i beni deperibili e a 60 giorni per quelli non deperibili.

MECCANICA STRUMENTALE

↓ 4,6



La meccanica strumentale si conferma come uno dei settori più dinamici del Made in Italy. Le imprese medio-grandi hanno una capacità elevata di riuscire a sfruttare le opportunità sui mercati esteri. L'export nei primi dieci mesi ha registrato un +4 per cento in valore, con i mercati extra Ue (Stati Uniti *in primis*) a trainare le vendite e con performance favorevoli dei comparti delle macchine per energia e impiego generale e delle macchine utensili. Ha continuato invece a indebolirsi la domanda interna, con gli investimenti in macchinari e attrezzature in calo del 10,6 per cento.

APPARECCHI ELETTRICI, COMPUTER ED ELETTRONICA

↓ 4,8



La domanda interna di elettrodomestici ha raggiunto minimi storici e risente della debolezza dell'area euro, principale mercato di sbocco. Gli ordini sono in calo e nei primi dieci mesi del 2012 il fatturato del comparto ha registrato una flessione del 7,6 per cento. In difficoltà sia i piccoli che i grandi elettrodomestici, in particolare nei segmenti del freddo e del lavaggio. Nell'elettronica hanno frenato le vendite di semiconduttori legati al fotovoltaico e di hardware informatico, mentre hanno tenuto gli apparati per telecomunicazioni. Il parziale risveglio della domanda interna dovrebbe arrivare con lo sblocco degli investimenti per le nuove reti e il piano di digitalizzazione della PA, che fungerebbero da volano per gli apparecchi per telecomunicazioni e le dotazioni Ict.

CHIMICA, FARMACEUTICA, GOMMA E PLASTICA

↓ 5



La contrazione del potere d'acquisto delle famiglie e il contenimento della spesa sanitaria nazionale hanno pesato sul settore farmaceutico, ma sono rimaste positive le esportazioni.

La chimica ha risentito del ridimensionamento della domanda di importanti settori clienti, con costruzioni e beni durevoli in maggiore difficoltà, mentre largo consumo e imballaggio hanno mostrato una migliore tenuta. Nonostante la debolezza della domanda europea e il rallentamento mondiale, nei primi dieci mesi del 2012 l'export chimico ha registrato una lieve crescita (+2,2%), in particolare sui mercati extra Ue (+7,5%). Il segmento degli intermedi chimici è tra i settori che hanno vantato la presenza più consistente di imprese dinamiche e la quota minore di quelle a rischio chiusura.

PELLI E CALZATURE

↓ 5,6



Concia e pelletteria trainano le vendite del sistema moda italiano. Positiva la performance dei distretti della concia, grazie al ritorno delle commesse delle griffe per l'alta gamma. Si riprendono le Pmi contoterziste con vocazione all'internazionalizzazione mentre stanno soffrendo le piccole realtà attive nelle produzioni più standardizzate. L'export di calzature è ripartito anche se pesa il caro materie prime. La Cina è tra i Paesi che hanno registrato gli incrementi più forti negli ordini di marchi italiani, con la Francia tra le destinazioni top.

TESSILE E ABBIGLIAMENTO = **6** 

Il deterioramento ciclico di produzione e fatturato (rispettivamente -9,5 e -7,4 per cento nei primi dieci mesi del 2012) è proseguito. Ha tenuto l'export, soprattutto per le imprese medio-grandi che, grazie a un processo di riqualificazione del prodotto, sono riuscite a riposizionarsi su fasce più alte e a intercettare la domanda dei mercati più lontani. Mentre nelle economie dell'area euro si stanno riducendo i consumi, crescono i *top spender* Cina, India, Brasile e Russia.

LEGGNO, CARTA E STAMPA ↓ **6,2** 

La recessione ha impattato meno sul cartario rispetto ad altri beni intermedi, grazie alla minore sensibilità ciclica di alcuni comparti, come il *tissue*. La dinamica dell'output si è mantenuta tuttavia negativa. Le aziende grafiche hanno risentito della domanda interna debole e delle politiche degli editori colpiti dalla performance negativa degli investimenti pubblicitari.

Il legno-arredo ha avuto difficoltà in termini di crescita e redditività per l'elevato indebitamento e l'alto costo del debito. La congiuntura è penalizzata anche dal calo degli investimenti in costruzioni. Le esportazioni, con dinamiche positive in Russia e negli Stati Uniti, sono l'unico traino. I timori di una bolla immobiliare hanno invece frenato la vendita di beni per la casa in Cina.

MEZZI DI TRASPORTO = **6,6** 

La domanda di autoveicoli ha registrato record negativi (-20 per cento nei primi dieci mesi del 2012). L'unico comparto con segno positivo è stato quello delle auto ad alimentazione alternativa (Gpl), che ha più che raddoppiato le sue vendite. La propensione all'utilizzo di auto ecologiche sembra essere guidata dai prezzi dei carburanti più che da ragioni di sensibilità ambientale. È proseguito l'andamento negativo delle vendite di veicoli commerciali per la riduzione degli investimenti delle imprese e sono calate le vendite di motoveicoli.

COMMERCIO AL DETTAGLIO ↓ **6,7** 

Le vendite del commercio al dettaglio hanno continuato a ridursi (-1,9 per cento tra gennaio e ottobre 2012). È il risultato della lieve flessione dei prodotti alimentari (-0,4%) e della diminuzione più marcata per quelli non alimentari (-2,5%), dove la contrazione più intensa si è registrata nelle vendite di mobili e arredamento, strumenti musicali, cartoleria, libri, giornali e riviste. Le vendite si sono inoltre ridotte per la grande distribuzione e, in misura maggiore, per le imprese operanti su piccole superfici.

PRODOTTI IN METALLO ↑ **7** 

La produzione si è ridotta del 7,5 per cento nei primi dieci mesi del 2012 mentre il fatturato ha segnato un -10,9 per cento, complice la forte esposizione sul mercato domestico. Continua a mancare la forza trainante dei settori a valle, come l'edilizia (materiali da costruzione, tubi, serramenti) e, più di recente, il settore meccanico per la componentistica metallica. Le produzioni a maggior contenuto qualitativo e più orientate all'export (come i casalinghi in metallo) hanno continuato a riportare risultati positivi, specie nei mercati extra Ue.

METALLURGIA ↑ **7,2** 

Le imprese siderurgiche, nei primi dieci mesi del 2012, hanno subito un calo del 7,3 per cento della produzione, una dinamica mitigata parzialmente dall'andamento delle esportazioni, trainate da Algeria e Stati Uniti. Continuano a contrarsi i con-

sumi di acciaio, penalizzati dalle performance negative di edilizia, *automotive* ed elettrodomestici. Per i metalli non ferrosi, a fronte della debolezza del segmento dell'alluminio primario, ha tenuto la produzione di oro e rame (per gli impieghi nel fotovoltaico).

COSTRUZIONI = **7,8** 

Continuano a ridimensionarsi gli investimenti nel settore che negli ultimi cinque anni ha perso, in Italia, oltre un quarto della domanda (-27,1%). È proseguita anche nel terzo trimestre del 2012 la forte contrazione dei consumi di cemento (-19,9%), gravata dal calo in tutti i comparti edilizi, a eccezione di quello del recupero del patrimonio abitativo, che ha tenuto i livelli produttivi. Tra gli altri materiali da costruzione, il segmento vetro-ceramica ha registrato una dinamica positiva sui mercati esteri, grazie alla qualità dell'offerta, compensando in parte la contrazione della domanda interna.

COS'È IL METEO MERCATO?

È un indice elaborato dal servizio analisi e ricerche economiche di SACE SRV per misurare il livello di rischio dei settori italiani. L'indice va da un livello minimo pari a 1 a un livello massimo pari a 9, intendendo per rischio la probabilità che le imprese di quel settore risultino insolventi o possano uscire dal mercato.

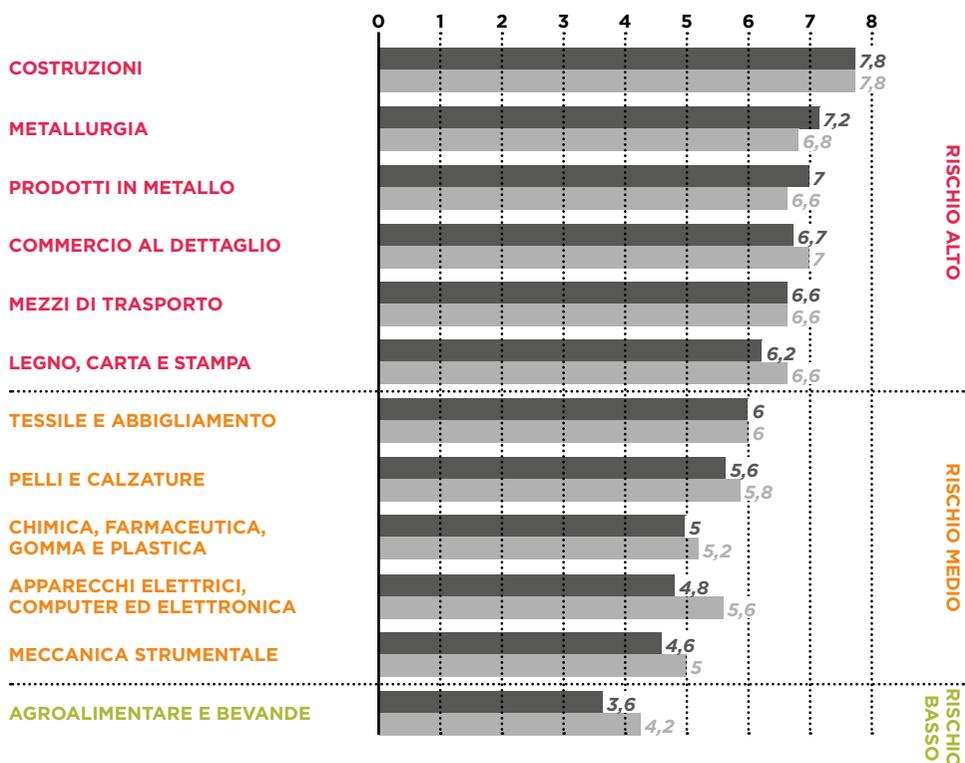
COME VIENE CALCOLATO?

L'indice prende in considerazione la produzione industriale, il fatturato, i prezzi alla produzione, la demografia d'impresa (saldo tra iscrizioni e cessazioni nel Registro delle imprese) e le sofferenze bancarie. Le variabili sono analizzate in termini di variazioni, confrontando i tassi di crescita tendenziali dell'ultimo trimestre con quelli medi dei corrispondenti trimestri nei cinque anni precedenti.

METEO MERCATO

RISCHIOSITÀ DELL'INDUSTRIA ITALIANA, SETTORE PER SETTORE

● III TRIMESTRE 2012
● II TRIMESTRE 2012



NEWS DAI MERCATI EMERGENTI

COSA ACCADE NEL MONDO

VIAGGIO INTORNO AL MONDO IN SOLE DUE PAGINE. ANALISI DELLA SITUAZIONE POLITICA, ECONOMICA E SOCIALE DEI PRINCIPALI PAESI DOVE LE AZIENDE ITALIANE POTREBBERO AVERE INTERESSE A OPERARE, CON UN OCCHIO AI RATING DI SACE. CONOSCERE I MERCATI È IL PRIMO PASSO VERSO IL SUCCESSO.



BIELORUSSIA



È stato raggiunto un accordo temporaneo con la Russia e sospesa la disputa sulle esportazioni di prodotti petroliferi raffinati importati da Mosca, considerati dalla Bielorussia "solventi" e quindi non soggetti al pagamento di tasse. Il Paese ha accettato di versare i contributi dovuti anche se quelli mancanti nel 2012, pari a circa 1,5 miliardi di dollari, potrebbero inasprire i rapporti tra le due nazioni, in particolare in vista della definizione dell'ammontare delle esportazioni di petrolio russo verso l'industria di raffinazione bielorussa. Il fabbisogno di petrolio della Repubblica ex sovietica è pari a circa 23 milioni di tonnellate, a fronte delle 21 offerte dalla Russia.

BRASILE



L'ente regolatore del trasporto brasiliano (Antt) ha reso pubblici i termini dell'asta per la costru-

zione della ferrovia ad alta velocità tra Rio de Janeiro e San Paolo. Il progetto, diviso in due fasi, prevede una prima asta il 19 settembre 2013 e una seconda nel 2014. Il completamento sarà realizzato entro il 2019. La nuova ferrovia è il progetto infrastrutturale più grande del Paese e prevede un investimento complessivo di 35 miliardi di real (16,8 miliardi di dollari).



GHANA



Nel primo turno delle presidenziali di dicembre 2012, il presidente John Dramani Mahama ha ottenuto la rielezione con il 50,7 per cento dei voti, evitando così il ballottaggio. Al secondo posto lo sfidante Nana Akufo-Addo, del partito di opposizione New Patriotic Party (Npp), con il 47,7 per cento delle preferenze, che ha presentato ricorso alla Corte Suprema lamentando brogli. Tuttavia per gli osservatori esterni le elezioni si sono svolte correttamente. L'agenda di Mahama è incentrata sul consolidamento dei progressi economici,

nel tentativo di superare le criticità dei conti pubblici attraverso lo sfruttamento delle riserve petrolifere. La produzione si è attestata a 68,5 mila barili al giorno in media nel 2011. L'obiettivo è di raggiungere i 250 mila entro il 2015.



INDIA



L'agenzia di rating Fitch ha tagliato le stime di crescita dell'economia indiana per l'anno fiscale 2012-2013 che si chiuderà a marzo 2013: è previsto un incremento del Pil pari al 6 per cento (era al 6,9 per cento l'anno precedente). I dati del secondo trimestre 2012 mostrano un ulteriore peggioramento con un forte rallentamento del settore manifatturiero e una crescente debolezza di quello agricolo. Secondo l'agenzia di rating, l'attuazione delle riforme economiche annunciate lo scorso settembre sarà più lenta del previsto a causa dei contrasti all'interno dell'esecutivo guidato da Manmohan Singh, che ha perso importanti alleati nella compagine di governo.

IRAN



Gli Stati Uniti hanno inasprito le sanzioni contro il Paese, focalizzandosi soprattutto su energia, trasporti e cantieristica navale: tutti settori ritenuti suscettibili di generare proventi che potrebbero essere reimpiegati nel programma nucleare iraniano. Il National Defense Authorization Act (Ndaa) 2013 ha aumentato inoltre il numero di materiali di cui è proibita la fornitura, includendo anche metalli preziosi, grafite, metalli grezzi o semilavorati, carbone e software per processi industriali. Dato l'irrigidimento delle misure, sono stati però estesi i casi in cui il governo statunitense può decidere deroghe ed è stata confermata la possibilità di ottenere esenzioni.



OMAN



Il Sultanato ha annunciato di voler aumentare la proporzione di energia prodotta da fonti rinnovabili. Si prevedono investimenti pubblici entro il 2014 per circa 2,9 miliardi di dollari. L'obiettivo complessivo è di produrre entro il 2020 il 10 per cento dell'energia da fonte solare ed eolica, riducendo così la dipendenza del Paese dall'oil&gas.

PAKISTAN



Gli Stati Uniti hanno emesso una nuova tranche di aiuti finanziari al Pakistan. I fondi am-

monterebbero a circa 500 milioni di dollari e sono parte del Coalition Support Fund, programma di aiuti militari connesso alla lotta ai talebani. Altri 200 milioni di dollari saranno devoluti dall'Usaid (United States Agency for International Development) a supporto di progetti idroelettrici per aumentare la produzione energetica del Paese. Gli aiuti ottenuti dal ministro delle Finanze pakistano durante il suo viaggio negli Stati Uniti sono il segno di un clima di maggiore distensione tra i due Paesi, peggiorato nel corso degli ultimi anni, e sono utili ad alleviare la pressione sui conti pubblici pakistani, che soffrono di un elevato deficit fiscale.



SUDAFRICA



La conferenza dell'African National Congress (Anc) ha confermato il presidente Jacob Zuma alla guida del partito. La sua azione di governo punta al potenziamento del programma Black Economic Empowerment (Bee) che prevede politiche di industrializzazione volte ad abbattere le forti disuguaglianze nella distribuzione dei redditi e l'elevato tasso di disoccupazione. Recentemente, la compagnia energetica statale Eskom ha chiesto di aumentare le tariffe elettriche del 16 per cento l'anno, per cinque anni, per poter sostenere il suo programma di sviluppo energetico. Tuttavia restano elevati i rischi di possibili effetti negativi sulla competitività e sulla politica industriale del Paese.



UCRAINA



L'agenzia Moody's ha tagliato il rating del Paese di un notch da B2 a B3, con *outlook* negativo. La decisione è legata alla debolezza del quadro economico: crescita del Pil in rallentamento allo 0,5 per cento nel 2012, rispetto al 5,2 del 2011, e criticità dei conti pubblici causata dal supporto alle aziende di Stato che mantiene il saldo di bilancio in grave deficit. Le prospettive restano incerte anche per lo stallo delle trattative per un nuovo accordo con il Fondo Monetario Internazionale dovuto alla mancata attuazione di riforme strutturali. Se non verrà raggiunta un'intesa con il Fondo nei prossimi mesi, le agenzie di rating potrebbero decidere un nuovo *downgrade*.

VENEZUELA



Il governo ha annunciato la modifica della tassa sui profitti straordinari (*windfall tax*) per il settore petrolifero, con revisione al rialzo degli scaglioni di prezzo del petrolio stabiliti per l'applicazione dell'imposta. Nonostante questa misura dia un segnale positivo agli investitori, la tassazione del comparto nel Paese è tra le più onerose al mondo. Le entrate derivanti dalla nuova *windfall tax*, saranno destinate alla Banca Centrale, e non al Fondo di Sviluppo Sociale FONDEN, dando maggiore disponibilità di valuta forte all'autorità monetaria nella gestione del tasso di cambio e cercando di ritardare la svalutazione del Bolivar.

INDICATORE RISCHIO PAESE



CATEGORIA DI RISCHIO



CHECK-IN

RAPPORTO EXPORT

ONLINE SU SACE.IT/RAPPORTOEXPORT



QUANDO L'EXPORT
DIVENTA NECESSARIO



ANDARE OLTRE
I BRIC E PUNTARE
SUI “NEXT GENERATION
MARKET” PER LE
MIGLIORI OPPORTUNITÀ
GEOGRAFICO-SETTORIALI,
QUESTE LE INDICAZIONI
DI SACE NELLA
“BUSSOLA PER LE
IMPRESA”.

Quattro anni di crescita moderata ma progressiva e occhi puntati sulle nuove economie emergenti (*next generation market*) ma senza abbandonare il presidio dei mercati già conquistati: questo il quadro per le imprese esportatrici delineato dall'ultimo Rapporto di SACE, *Quando l'export diventa necessario*, che traccia le principali direttrici geografiche, settoriali e strategiche per le vendite italiane all'estero per il quadriennio 2013-2016.

Il titolo può suscitare diverse reazioni. Ci si può chiedere dove sia la novità, visto che l'export fa parte da sempre della cultura imprenditoriale italiana, e ci si può chiedere il perché di quel “necessario”.

A giustificarlo c'è una realtà incontrovertibile: la crisi del debito europeo ha reso la nostra capacità di vendere all'estero, su mercati sempre nuovi, un *driver* indispensabile per la tenuta dell'economia.

La domanda interna risente di dinamiche note, quali la contrazione della spesa pubblica e gli investimenti delle imprese in caduta libera, ed è probabile resti anemica ancora a lungo. Così, mentre la produzione industriale è in preoccupante calo (rispetto al 2008 i volumi sono scesi del 25 per cento), ecco che sempre più imprese italiane si aprono alla prospettiva di esportare. Persino quelle con fatturato italiano al cento per cento stanno pensando di aprirsi ai mercati esteri, come unica via per reagire alla debolezza sul fronte domestico. A volte si decide di scommettere sui mercati esteri in una fase di difficoltà, quando la vitalità dell'impresa è già compromessa. Più spesso, per fortuna, accade il contrario: sono le imprese abbastanza solide ed efficienti a giudicare maturi i tempi per un passo importante come l'internazionalizzazione, che produce effetti tutt'altro che secondari. Gli specialisti

—
Gli italiani hanno saputo vendere prodotti di qualità e fornire un servizio di assistenza post-vendita che conta quanto il prodotto stesso e contribuisce a definirne la qualità
—

parlano di *learning by exporting*: le aziende esportatrici, per meglio fronteggiare la concorrenza internazionale, aggiornano competenze e processi, con effetti migliorativi anche nelle attività svolte nel Paese di origine.

Le dimensioni della crisi sono tali da aver modificato il panorama produttivo: le trasformazioni sono strutturali e riguardano la specializzazione produttiva ma anche la solidità media delle imprese, premiando alcune realtà a scapito di altre e ponendo il tema dell'efficienza della produzione tra le priorità di ciascuna azienda.

Il concetto stesso di Made in Italy è cambiato, distaccandosi dalla sua immagine più caratteristica legata alle famose "3 A" (abbigliamento, alimentari e arredamento). Mentre per questi beni di consumo le opportunità si stanno notevolmente ridimensionando (con l'eccezione dell'alto di gamma), sono piuttosto i beni d'investimento a medio-alta tecnologia il volto nuovo dell'Italia nel mondo e con ottime prospettive di crescita: basti pensare che la meccanica strumentale rappresenta da sola il 20 per cento delle esportazioni nazionali, con posizioni di leadership a livello mondiale in svariati comparti, posizioni consolidate fin da prima della crisi. «In questo settore siamo i migliori esportatori al mondo insieme ai tedeschi, ai giapponesi e agli statunitensi», spiega Alessandro Terzulli, responsabile Analisi e ricerche Paesi avanzati del Gruppo SACE, coordinatore del Rapporto Export. «Il settore della meccanica strumentale è tra quelli che meglio si sono prestati a cogliere le trasformazioni in atto, imposte non solo dalla crisi ma anche dalle pressioni globali competitive di Paesi che stanno emergendo come nuovi mercati». Un settore composito, del quale fanno parte produttori di macchinari per lavorare il legno, l'acciaio, o per la trasformazione degli alimenti. Produzioni Made in Italy molto personalizzate, ad alto contenuto tecnologico, che richiedono una manodopera assai specializzata. «Gli italiani», continua Terzulli, «hanno saputo vendere prodotti di qualità e fornire un servizio di assistenza post-vendita che conta quanto il prodotto stesso e contribuisce a definirne la qualità». Innovazione e disponibilità





a seguire il cliente nelle fasi successive all'installazione sono, in questo caso, la risposta a una concorrenza internazionale che invece ha puntato sulla formula del *low cost*. Il Made in Italy si è così affermato in aree distanti sia geograficamente che culturalmente, le stesse che tuttora fanno registrare tassi di crescita economica a due cifre e generano domanda a beneficio dell'export italiano.

Occorre dare atto alle imprese italiane di aver tenuto testa non solo alle sfide economiche della crisi attuale, ma anche a una trasformazione dei mercati registrata negli ultimi 20-30 anni. Il quadro delineato dallo studio previsionale di SACE mostra i frutti di un processo di progressivo riposizionamento di mercato (geografico e qualitativo) posto in atto dalle imprese del Made in Italy nell'ultimo decennio, già ribattezzato "ristrutturazione silenziosa": un processo che ha visto le imprese esportatrici protagoniste di una strategia di internazionalizzazione attiva, incentrata sul presidio di nuovi mercati tramite investimenti e partnership in loco o l'inserimento in catene produttive globali.

Si esportano sempre meno beni finiti, sempre più competenze, strumenti e funzioni per fabbricarli altrove. Al produttore integrato, che segue tutte le fasi produttive di un singolo bene in un unico Paese, si affianca un sistema

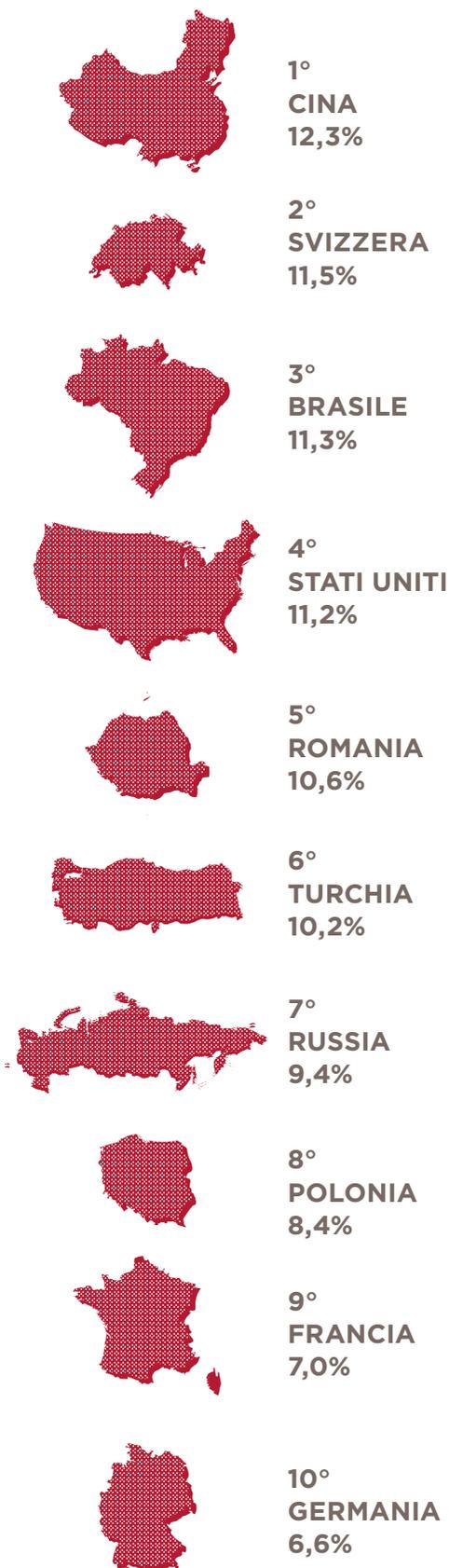
caratterizzato da processi produttivi frammentati o, come si dice in inglese, *unbundled*. L'accento cade sul singolo *task*, sul singolo compito, sempre più affidato a chi, nel mercato globale, si avvicina di più alla migliore performance. «Ciascuna impresa si specializza in una funzione, entro una catena globale del valore», spiega Terzulli. «Non è detto che tutte le imprese siano nello stesso territorio, come avviene per i distretti industriali. Le singole funzioni sono distribuite su diversi territori». Il prodotto intermedio assume un valore sempre maggiore. «Data l'importanza crescente di questo approccio, insieme a Eleonora Padoan abbiamo realizzato un approfondimento sulle Catene Globali del Valore (Cgv) e sul loro significato per le imprese italiane».

Un approccio che può suscitare le perplessità di chi teme che una relativa frammentazione dei compiti porti necessariamente a un calo della qualità della produzione, con il solo vantaggio dei prezzi di mercato più bassi. «Sistemi simili, soprattutto nei mercati di nicchia, sono al contrario congeniali ad alcune imprese italiane. Non parliamo, infatti, solo di produzioni di qualità media e bassa, ma anche, al contrario, di vere e proprie eccellenze. Come nel caso dell'industria chimica, della produzione di vernici e adesivi: un settore nel quale i partner sono tedeschi, non cinesi».

TOP MARKET

Crescita media annua dell'export italiano nel periodo 2013-2016 (%)

La via per ritrovare la domanda porta ai nuovi mercati emergenti, ma affonda le radici nelle destinazioni già conquistate



LA BUSSOLA PER LE IMPRESE

Il Rapporto Export traccia le nuove rotte ad alto potenziale di business superando la dicotomia, in voga negli ultimi anni, tra mercati avanzati e mercati emergenti. L'elevata complessità del contesto globale impone un ulteriore sforzo di diversificazione delle destinazioni, ma in maniera selettiva.

Non bisognerà sottostimare infatti la ripresa dei mercati maturi, che continueranno a generare le migliori opportunità anche alla luce degli elevati volumi di export; né concentrarsi esclusivamente sulle opportunità offerte dai Bric, che inizieranno a mostrare i primi segnali di ridimensionamento dei tassi di crescita.

La classifica *Top Market*, stilata da SACE per trasformare il Rapporto Export in uno strumento operativo per le imprese, indica tra i mercati chiave per l'export italiano non solo econo-

mie emergenti come Cina (verso cui si prevede una crescita media annua dell'export italiano pari al 12,3% nel quadriennio 2013-16), Brasile (+11,3%), Romania (+10,6%), Turchia (+10,2%), Russia (+9,4%) e Polonia (+8,4%) ma anche economie mature come Svizzera (+11,5%), Stati Uniti (+11,2%), Francia (+7%) e Germania (+6,6%). Sono questi i paesi che genereranno maggior valore per il nostro export nei prossimi anni.

In una logica di medio-lungo termine, tuttavia, il Rapporto segnala un numero significativo di mercati di prossima generazione (*next generation market*), localizzati prevalentemente nel Sud-est asiatico, verso i quali il nostro export ha raggiunto livelli ancora non elevati ma si prepara a mettere a segno tassi di crescita sostenuta nei prossimi anni: Indonesia (+10,1%), Filippine (+10,8%), Malesia (+9,6%), Cile (+8,9%), Nigeria (+9,4%), Angola (+10,2%) e Qatar (+9,7%).



LA BUSSOLA DELLE OPPORTUNITÀ Previsioni export 2013-2016 per settore e Paese: valori medi annui

	mercati acquisiti nuovi mercati			mercati acquisiti nuovi mercati		
	mln €	var. %	mln €	var. %		
ALIMENTARI E BEVANDE	Giappone	485,0	7,9	Cina	644,0	16,0
	Stati Uniti	2.099,0	7,7	Russia	1.228,0	8,2
	Germania	3.294,0	5,3	Francia	3.950,0	4,6
	India	23,0	9	Singapore	108,0	11,3
	Rep. Ceca	210,0	8,9	Corea del Sud	137,0	10,3
	Cile	50,0	8,4	Qatar	93,0	8,2
TESSILE E ABBIGLIAMENTO	Cina	1.249,0	16,2	Stati Uniti	1.202,0	14,2
	Svizzera	2.807,0	10,0	Turchia	2.141,0	11,1
	Giappone	1.313,0	8,3	Tunisia	865,0	11,0
	India	121,0	10,3	Messico	772,0	12,5
	Corea del Sud	505,0	9,7	Angola	72,0	11,5
METALLI	Stati Uniti	2.524,0	23,7	Turchia	929,0	10,8
	E. Arabi Uniti	607,0	17,2	Repubblica Ceca	495,0	8,4
	Romania	1.287,0	11,7	Polonia	1.022,0	8,0
	Malesia	100,0	17,9	Thailandia	74,0	12,8
	Sudafrica	198,0	16,7	E. Arabi Uniti	154,0	12,2
CHIMICA	Brasile	659,0	10,2	Cina	6.797,0	11,4
	Turchia	972,0	9,8	Indonesia	506,0	11,0
	Germania	5.501,0	6,8	Messico	1.275,0	9,9
	Cile	149,0	13,9	Filippine	174,0	13,6
	Filippine	64,0	12,3	Croazia	329,0	10,5
Tunisia	138,0	11,0				
APPARECCHIATURE ELETTRICHE	Svizzera	1.259,0	13,2	Turchia	1.587,0	12,6
	Brasile	711,0	13,1	Russia	869,0	12,5
	Polonia	949,0	9,7	Stati Uniti	4.991,0	9,4
	Tunisia	412,0	12,9	Messico	342,0	12,2
	Qatar	115,0	11,8	Sudafrica	274,0	12,2
	Malesia	132,0	7,9	Malesia	224,0	11,6
MECCANICA STRUMENTALE						
GOMMA E PLASTICA						
INDUSTRIA ESTRATTIVA						
MEZZI DI TRASPORTO						

Non bisogna sottostimare la ripresa dei mercati maturi, che continueranno a generare le migliori opportunità anche alla luce degli elevati volumi di export

Come strumento in più al servizio delle imprese, SACE ha sviluppato la "Bussola delle opportunità", che segnala, settore per settore, quali saranno i mercati ("top" o di "prossima generazione") che consentiranno alle nostre esportazioni di mettere a segno tassi di crescita

superiori alle medie globali. Per il nostro Made in Italy tradizionale, SACE indica tra i mercati di "prossima generazione" l'India e il Cile per i prodotti alimentari, Singapore e Qatar per l'arredamento e Indonesia e Corea del Sud per l'abbigliamento. La crescita delle classi medie tratterà le opportunità per mezzi di trasporto in Messico, Malesia, Sudafrica e per la gomma e plastica in Thailandia, Messico ed Emirati Arabi Uniti, mentre lo sviluppo infrastrutturale e industriale di Paesi emergenti creerà ampi bacini per la meccanica strumentale, le apparecchiature elettriche e i settori dei metalli.

Per le imprese italiane non si parla solo di esportazione, ma di internazionalizzazione attiva, ovvero di progetti di stabilimenti produttivi in loco, o di presidi nei territori nei quali si esporta, oppure di *joint venture* con

partner locali. Poiché l'internazionalizzazione non si improvvisa, qualunque approccio necessita di respiro e di basi solide. Poter concedere dilazioni di pagamento a un cliente è un elemento di competitività notevole. «Noi la chiamiamo competitività del pacchetto finanziario», aggiunge Terzulli, «che va coniugata con la competitività dell'offerta del prodotto e con la competenza tecnica».

Soprattutto in momenti di difficoltà, è opportuno pianificare tutto il processo.

In Europa, e in Italia in particolare, l'accesso al credito è un problema attuale e generalizzato: offrire garanzie finanziarie a chi esporta può fare la differenza nella realizzazione di una strategia complessa che richiede liquidità, a patto di meditare attentamente le proprie mosse e di muoversi prima che sia troppo tardi. 🌐



Marina Bay, Singapore. Foto Marco Battaglia, SACE.



NESSUN DORMA

INDONESIA, MALESIA, FILIPPINE: UNA TRIADE DI ARCIPELAGHI IN TUMULTUOSA CRESCITA. E DA TENERE SOTT'OCCHIO.

Tri Rismaharini è una delle prime donne a essersi laureata in Architettura in Indonesia. In pubblico appare spesso vestita di scuro, con la testa coperta da un copricapo nero, in segno di devozione islamica. Dopo aver guidato l'Ufficio urbanistico della città di Surabaya, la seconda più popolosa dell'Indonesia, ne è diventata sindaco nel 2010. Qualcuno giudica eccessivo il suo impegno per difendere i parchi della città dalla speculazione edilizia, ma il suo concetto di "risanamento" include la lotta per la vivibilità dei quartieri e diverse iniziative per contrastare il degrado e, in particolare, la prostituzione. In una delle serate di festa all'aperto organizzate nei parchi restituiti ai residenti, questa cinquantenne tenace e molto rispettata dai concittadini può arrivare a sorpresa per salutare il pubblico e congratularsi con gli organizzatori, mentre sul palco si esibisce un complesso pop. Non le mancano i nemici, ma a difesa del suo mandato è intervenuto lo stesso ministro degli Interni.

La lotta per la crescita sostenibile, in una città che supera i 3 milioni di abitanti (che salgono a oltre 5 milioni se si considera la sua area metropolitana), è complicata quanto vitale. La sfida di Tri Rismaharini rappresenta bene il momento storico dell'intero Sud-est asiatico. I leader di ciascuna nazione sono oggi chiamati a governare una crescita economica che rappresenta l'occasione di modernizzare e ripensare dalle fondamenta lo sviluppo della regione, anche nell'ambito dell'Asean, l'Associazione delle Nazioni del Sud-est asiatico nata nel 1967, che raccoglie oggi dieci Stati membri e che ora si appresta a un rilancio importante. In questo contesto, Indonesia, Malesia e Filip-

pine sono esempi per l'Occidente sotto molti aspetti. Gestiscono la convivenza tra l'Islam e le altre culture, si pongono obiettivi ambiziosi in merito alle emissioni di gas serra, investono nella sicurezza delle infrastrutture informatiche, non voltano le spalle alle nazioni meno fortunate e lasciano spazio al protagonismo del settore privato, favorendo la crescita di un'economia sovrana e dinamica: istanza che, a partire dal 2015, sarà premiata dall'adozione di una normativa comune sulla concorrenza valida in tutti i Paesi dell'Asean.

Tra loro, il gigante è l'Indonesia, la quarta nazione più popolata del mondo (dopo Cina, India e Stati Uniti), con tassi di crescita del Pil del 6 per cento l'anno, ma anche Malesia e Filippine crescono entrambe attorno al 5,5 per cento.

Una triade di arcipelaghi accomunata da grandi aspettative di sviluppo economico, dinamismo demografico e diversità socioculturale e, ancor prima, da una geografia fisica di bellezza tanto unica quanto insidiosa. Nella memoria collettiva di queste nazioni non c'è solo il tremendo tsunami del 26 dicembre 2004, con le sue 230 mila vittime distribuite tra 14 Paesi, ma anche le ricorrenti emergenze legate al clima e alla gestione delle foreste. A dicembre le Filippine sono rimaste divise in due da un violento tifone inatteso, che ha colpito le regioni meridionali, solitamente risparmiata dalle tempeste tropicali tipiche del clima locale, spazzando via strade e ponti e uccidendo più di 325 persone. La gestione di queste crisi pone una sfida enorme al governo nazionale, già accusato dall'opinione pubblica di non aver gestito a dovere una crisi climatica analoga l'anno prima. Un ulteriore banco di



Traffico per le strade di Manila, Filippine.
Foto Davide Scagliola, Parallelozero.



PROTAGONISMO INDONESIANO

L'obiettivo del presidente Yudhoyono è di portare l'Indonesia a essere la 10ª economia mondiale, con un reddito pro capite annuo di circa 15.000 dollari entro il 2025. Il governo intende ottenere tale risultato sfruttando in maniera ottimale il patrimonio di risorse locali di cui il Paese dispone: energetiche (gas naturale, petrolio, fonti geotermiche, carbone), minerarie (ferro, oro, rame, nichel, alluminio, stagno), agricole e forestali (olio di palma e gomma naturale) e risorse ittiche (oltre 50 mila chilometri di coste).



Bambini della tribù T'boli.
Mindanao, Filippine.
Foto Sergio Ramazzotti,
Parallelozero.

prova per la leadership filippina, emersa dalla rivoluzionaria trasformazione politica vissuta dalla nazione a metà degli anni Ottanta, con la deposizione di Ferdinand Marcos, accusato dell'assassinio del leader dell'opposizione Benigno Aquino, e l'ascesa al potere della moglie di quest'ultimo, Corazón, madre dell'attuale leader, Benigno S. Aquino III. Anche la capitale, Manila, è spesso ostaggio di piogge abbondanti, come quelle che nell'agosto del 2012



Centro commerciale di Kuala Lumpur, Malesia.
Foto Alessandro Gandolfi, Parallelozero.

—
Secondo il Rapporto Export di SACE, il contributo asiatico alla crescita delle esportazioni italiane raggiungerà il 13,7 per cento nel biennio 2013-2014
—

Lontoh, attiva nella Silicon Valley ma indonesiana di nascita, hanno lanciato la proposta di ripensare il sistema di distribuzione dell'elettricità di tutto il Sud-est asiatico ricorrendo all'approccio *smart grid*, ovvero mettendo in rete anche le mini e micro produzioni elettriche locali e domestiche. Il sistema centralizzato, infatti, causa con i suoi guasti ogni anno danni per 10 miliardi di dollari.

Le diverse sfide ambientali e tecnologiche rappresentano così altrettante occasioni per il mercato globale.

A una recente conferenza della International Telecommunications Union, l'organizzazione vicina alle Nazioni Unite che segue lo sviluppo di internet, il padiglione più grande era quello del governo malesiano. La nazione ospita, 50 chilometri a sud della capitale Kuala Lumpur, la cittadella dell'informatica Cyberjaya, inaugurata nel 1997 e oggi sede del progetto Impact (International Multilateral Partnership Against Cyber Threats), la maggiore struttura investigativa internazionale di contrasto alla pirateria informatica, supportata da 137 nazioni. Appena fuori di Kuala Lumpur la Nottingham University ha inaugurato un nuovo campus, nato con l'obiettivo di mettere a disposizione delle economie locali la formazione e la didattica delle facoltà universitarie più rinomate d'Europa. Dopo avere operato nel centro della capitale, all'ombra delle Petronas Twin Towers, le "torri gemelle" di Kuala Lumpur, il nuovo campus offre corsi di economia, ingegneria e informatica e rappresenta un polo di attrazione per docenti e studenti occidentali, pronti a scoprire una capitale operosa, che però ama anche far festa. Tra i grandi centri dell'area, Kuala Lumpur si segnala per la qualità dei collegamenti low cost con le nazioni vicine, l'offerta culturale, una gastronomia varia e a buon prezzo e la frequenza delle feste, civili e religiose. Si incontrano qui infatti tutte le culture asiatiche: buddhista, musulmana, hindu e cristiana.

hanno causato la morte di decine di persone. La capitale indonesiana, Giacarta, è interessata sempre più spesso da inondazioni che lasciano senza casa migliaia di abitanti e il Comune sta valutando il progetto di un muro lungo trenta chilometri e largo sei metri da porre come barriera contro le ondate marine. In Malesia non solo le aree interessate dai monsoni, ma anche città come Johor Baharu, situata sullo Stretto di Johor, quindi di fronte a Singapore, richiedono sempre più spesso interventi d'emergenza. È in questo contesto di crisi ricorrenti che si innestano le sfide di crescita sostenibile.

Le cause della instabilità climatica possono essere molteplici, ma i danni sono prodotti anche da trasformazioni urbanistiche non sempre prudenti, specie nelle città più grandi. L'espansione delle aree residenziali a scapito delle zone verdi non sempre tiene conto della sicurezza dei residenti. Vent'anni fa la Malesia ha solennemente pronunciato l'impegno di non intaccare più del 50 per cento del suo

patrimonio forestale. Secondo alcune associazioni, però, quella soglia è stata superata abbondantemente, un dato che preoccupa anche per la sorte degli habitat di specie rare come la celebre tigre malese, ridotta a meno di 50 esemplari. L'espansione economica, però, preme sui governi nazionali. Tutelare l'ambiente, favorire la convivenza tra culture diverse, mettere in sicurezza le autostrade dell'informazione sono priorità ormai globali e fattori di sviluppo che Indonesia, Malesia e Filippine hanno contribuito a imporre all'attenzione della comunità internazionale.

Tra i cantieri pronti a partire ovunque in quest'area ci sono quelli del settore energetico, nel quale l'Asia sconta un grave ritardo. Nell'estate del 2012 ha fatto clamore il blackout che ha lasciato senza corrente elettrica metà della popolazione indiana, ma più recentemente è rimasto al buio anche l'aeroporto di Giacarta, facendo saltare un centinaio di voli. La rete collassa anche per la domanda di energia in crescita. Imprenditori come Sonita



PICCOLE TIGRI CRESCONO

Taiwan, Corea del Sud, Singapore e Hong Kong: era la fine degli anni Novanta quando con il termine “Tigri asiatiche” vennero ribattezzate per la prima volta le quattro economie in più rapida ascesa dell’Asia sudorientale. Un ottimismo ridimensionato ma non smorzato dalla crisi finanziaria del ’96-’98. Anzi diffuso. Con il tempo il nome “Tigri” ha cominciato a essere utilizzato per tutti i mercati in espansione di quell’area, nonostante la complessità e l’eterogeneità delle performance. Se è vero infatti che le quattro grandi Tigri hanno acquisito la maturità di mercati avanzati, Paesi come Vietnam e Cambogia, nonostante il forte sviluppo intrapreso negli anni Novanta per uscire dall’economia di sussistenza, restano piuttosto arretrati rispetto agli standard della regione.

Anche Filippine, Indonesia, Malesia e Thailandia vennero affiancate alle Tigri asiatiche e ribattezzate Tigri minori o piccole Tigri: economie dal potenziale inespresso che di lì

a poco avrebbero cominciato un rapido cammino di crescita, tuttora in corso. Mercati che sembrano essere usciti indenni dalla crisi che ha colpito Stati Uniti, Europa e in minor misura i Bric, e che hanno intrapreso un percorso di sviluppo autonomo, costante ed equilibrato, emblematico di quella che molti commentatori hanno definito *Asia’s great moderation*. Insomma, oggi come non mai il Sud-est asiatico torna a ruggire. L’Ocse ha stimato che la regione recupererà i livelli di sviluppo precisi nei prossimi cinque anni, grazie al traino di quelle che un tempo erano solo “piccole” Tigri. In questi Paesi i governi hanno puntato su una crescita spinta da importanti investimenti in infrastrutture, accompagnati da riforme del sistema di welfare che hanno incentivato la propensione al consumo di una classe media giovane e in rapida espansione. Un mix che ha fatto da propellente alla domanda interna, permettendo alle economie di espandersi e attirare investimenti. E gli investitori inter-

nazionali sono interessati proprio alla classe media che cresce e domanda nuovi beni. Secondo un recente studio di Hsbc, i tre arcipelaghi sono fra i primi dieci mercati emergenti che entro il 2050 registreranno il maggior incremento della classe media. A sorpresa, il podio spetta alle Filippine dove il reddito medio pro capite crescerà di più e la classe media sarà costituita da oltre 1510 milioni di consumatori con nuove esigenze e bisogni da soddisfare. Vicini di casa come Cina e Giappone hanno intercettato in anticipo il cambiamento e ne stanno già approfittando, delocalizzando produzioni, creando filiali locali di imprese e banche, investendo in settori strategici dell’economia.

Le imprese italiane sono ancora poco presenti nell’area, ma il peso di questi mercati sui volumi dell’export del Bel Paese è cresciuto molto negli ultimi anni. Il Rapporto Export di SACE prevede che il contributo asiatico alla crescita delle esportazioni italiane raggiungerà addi-



Cerimonia funebre, Sulawesi, Indonesia.
Foto Bruno Morandi.



Donna che prega nel tempio della Chinatown locale, Semarang, Giava, Indonesia.
Foto Alessandro Gandolfi, Parallelozero.

I tre arcipelaghi sono fra i primi dieci mercati emergenti che entro il 2050 registreranno il maggior incremento della classe media

La crescita è stata di 13,7 per cento nel biennio 2013-2014. Se fino al 2011 i risultati migliori hanno riguardato Cina e India o Paesi con economie più simili a quelle occidentali – come Hong Kong, Corea del Sud e Singapore – le previsioni mostrano nuove tendenze. Dinamiche sostenute sono attese in Indonesia, Malesia e Thailandia con una crescita media dell'export pari a circa il 9 per cento nel 2014-2016, per un valore totale che supererà il miliardo di euro.

Per lo stesso periodo nelle Filippine sono previsti tassi di crescita ancora superiori, con una media di oltre il 10 per cento su base annua. «Sono mercati di sbocco ad alto potenziale per i prodotti Made in Italy», ha dichiarato Michael Creighton, alla guida dell'ufficio di SACE a Hong Kong, hub per i mercati di Cina e Sud-est asiatico. «Il *business climate* è favorevole, l'industria nazionale e le infrastrutture sono in fase espansiva e la classe media cresce velocemente».

Fra i quattro arcipelaghi, l'Indonesia è sicuramente la testa di serie. È la più grande democrazia musulmana al mondo con 250 milioni di abitanti e un gigante economico a livello regionale grazie a tassi di crescita del Pil che vanno oltre il 6 per cento annuo. Il governo sta attuando, non senza difficoltà, una serie di iniziative che dovrebbero portare il Paese a essere la decima economia del mondo entro il 2025. Obiettivo ambizioso che punta molto sull'ampliamento della spesa pubblica a favore di programmi di welfare per stimolare la domanda interna, sulla razionalizzazione dello sfruttamento del ricco patrimonio naturale, sullo sviluppo di un'industria locale di trasformazione dei minerali grezzi e su programmi di potenziamento infrastrutturale. In ascesa il settore delle costruzioni per uso privato. Oltre alla capitale Giacarta, stanno emergendo nuovi centri economici come Makassar, Pekanbaru e Balikpapan già ribattezzate le metropoli del futuro. Città che crescono a ritmi del 9 per cento annuo e in cui confluiscono non solo la nascente borghesia urbana, ma anche capitali dall'estero che puntano sul prossimo boom immobiliare.

Consumi privati elevati sono una componente

fondamentale della crescita del Pil malesiano, grazie anche all'intervento stabilizzatore del governo, che ha avviato il programma New Economic Model con l'obiettivo di ridistribuire la ricchezza fra le fasce della popolazione e far divenire la Malesia un Paese ad alto reddito entro il 2020; parallelamente ha lanciato un piano di investimenti, l'Economic Transformation Program, per potenziare settori industriali strategici per l'economia nazionale, ovvero la componentistica elettronica, in cui la Malesia occupa una posizione di leadership a livello mondiale, l'*automotive* e il turismo. Molti sforzi sono stati fatti anche per lo sviluppo della biotecnologia applicata in campo medico e in agricoltura. Oltre alla meccanica strumentale e all'elettronica, oggi nuove opportunità per gli investitori italiani provengono dalle energie rinnovabili e in particolare dal biofuel, carburante biologico derivato dall'olio di palma di cui la Malesia è uno dei maggiori produttori al mondo.

Automotive e componentistica elettronica sono due settori di punta per l'economia thailandese che quest'anno crescerà a un tasso intorno al 6 per cento, spinta dalla domanda interna che può contare su una popolazione con un salario medio pro capite pari a quello cinese. Il governo ha pianificato una serie di interventi a supporto della crescita che prevedono la riduzione della tassazione sulle imprese e l'aumento dei salari minimi nelle province più industrializzate del Paese, ma anche investimenti in nuove infrastrutture per costruire una fitta rete di vie di comunicazione che comprende i Paesi della regione del Grande Mekong (Malesia, Myanmar, Laos, Cambogia, Vietnam e Cina). Classe media in



Monastero di Mahagandayon, Amarapura, Myanmar.
Foto Marco Battaglia, SACE.

crescita, elevato tasso di urbanizzazione e interesse della grande distribuzione a commercializzare prodotti Made in Italy offrono opportunità per le filiere moda, arredo e alimentare. Si pensi al recente acquisto dello storico marchio milanese Rinascente da parte del gigante del retail thailandese Central Retail, ora disposto a esportare la formula in altri mercati asiatici con nuove opportunità per l'alto di gamma italiano. A una prima analisi le Filippine possono sembrare l'anello debole fra le economie sinora considerate: flussi di capitali esteri al di sotto degli standard regionali, disoccupazione elevata e corruzione dilagante, bassi livelli di reddito e forte ruolo delle rimesse estere nella crescita del Pil. Il Paese è al 138° posto su 185 della classifica Doing Business della Banca Mondiale sulla libertà d'impresa. Ma le cose stanno cambiando e in meglio. A lungo stigmatizzate sotto l'epiteto di *sick man of Asia* (il malato d'Asia), le Filippine si preparano a offrire i maggiori margini di opportunità agli investitori esteri. Il tasso di crescita economica nazionale è il più alto di tutto il Sud-est asiatico. La nuova presidenza Aquino dal 2010 sta facendo passi da gigante. Anche qui riforme sociali, aumento della spesa pubblica e investimenti in infrastrutture hanno portato negli ultimi anni a uno sviluppo repentino che nel 2012 ha fatto registrare un incremento

del Pil del 6,1 per cento. Al tempo stesso, però, gli investimenti esteri sono scoraggiati dalla Costituzione del 1987, emanata sotto il governo di Corazón Aquino al termine di una tormentata transizione politica. L'attuale presidente, Benigno "Noynoy" Aquino, figlio di Corazón, resiste alle diverse richieste di modificarla. E così la proprietà privata dei non residenti resta limitata al 40 per cento di ciascuna impresa ed è esclusa nel settore dei media. Sono vietate ai cittadini stranieri professioni come il medico o l'ingegnere. L'economia però scalpita. Le Borse filippine attirano capitali che, seppure non si traducono in investimenti nel settore manifatturiero, rafforzano una tendenza positiva negli investimenti pubblici e privati che per ora si concentrano nelle grandi infrastrutture, per un totale di circa 16 miliardi di dollari annui.

Il Paese beneficia del cosiddetto *democratic sweet pot*, ovvero una popolazione giovane con un'età media di 22 anni e un elevato tasso di alfabetizzazione con università che "creano" quasi 500 mila laureati l'anno, molti dei quali in discipline scientifiche. La manodopera è qualificata e ha un costo inferiore rispetto ad altri Paesi asiatici. Il governo ha creato zone economiche speciali: parchi industriali attrezzati e gestiti da enti pubblici o privati che offrono agevolazioni fiscali agli investitori nazionali e stranieri. Inol-

tre le Filippine sono una buona base di partenza per penetrare tutti i mercati dell'Asia sudorientale e consentono l'accesso a un bacino di circa 600 milioni di potenziali consumatori, che entro il 2015 confluiranno in una gigantesca area di libero scambio, così come deciso dall'ultimo vertice Asean.

È un mercato ancora poco battuto ma dal grande potenziale, in particolare per i prodotti di alta gamma dell'abbigliamento Made in Italy. I consumi filippini crescono, sostenuti dall'ingente flusso di rimesse dall'estero, e sono sempre più raffinati. Lo sviluppo dell'industria manifatturiera (elettronica, tessile, chimica, agroalimentare) offre opportunità soprattutto per il settore della meccanica strumentale. La crescita dell'edilizia residenziale e del turismo necessita di nuovi prodotti manifatturieri come mobili, infissi, arredobagno, illuminotecnica, comparti in cui il Made in Italy può giocare un ruolo da leader. Il gap infrastrutturale e la necessità di ammodernamento del Paese offrono, inoltre, interessanti possibilità per gli esportatori italiani. I programmi di investimento del governo in grandi opere hanno un valore stimato pari a circa il 2 per cento del Pil, e comprendono autostrade, trasporto pubblico, logistica, settore agroalimentare e sistemi di gestione delle acque. 🌐



BUSINESS ETIQUETTE IN INDONESIA

BUON SENSO E BUONE MANIERE PER GESTIRE AL MEGLIO I RAPPORTI NEL PAESE.

Non c'è forse Paese più eterogeneo dell'Indonesia, un insieme di circa 14.000 isole, di cui solo 3.000 abitate. La prima regola è verificare gli usi locali: potrebbero contrastare con quelli nazionali.

Sono in uso trecento lingue, ma salvo rari casi i vostri interlocutori parleranno il bahasa Indonesia. È più semplice dell'italiano o dell'inglese; lo sforzo di imparare qualche espressione elementare darà prova di interesse e sarà più che ripagato.

Solo parte degli incontri e della corrispondenza con privati si terrà in inglese; con funzionari e amministrazione pubblica il bahasa Indonesia sarà la regola. Per questo avrete bisogno di interpreti, che si trovano facilmente: a voi selezionarne di affidabili, soprattutto per i negoziati più delicati.

Coltivate in ogni modo i rapporti personali: più che altrove determinano il successo negli affari, basati sulla fiducia. Un passo importante è essere invitati a un evento sociale; ricordate di non sollevare qui argomenti di lavoro.

Un atteggiamento affabile è indispensabile in ogni occasione. La capacità di sorridere e ispirare simpatia vi sarà preziosa. Questo non significa mostrarsi cedevoli quando negoziate: gli indonesiani amano contrattare, e la risolutezza, se accompagnata da cortesia e rispetto, non li indispette. In genere, i vostri interlocutori saranno negoziatori abili; se daret prova della stessa qualità, vi rispetteranno ancora di più.

In Indonesia il gruppo conta più dell'individuo, e il senso della gerarchia è forte: in ogni situazione, un indonesiano cercherà di stabilire lo status sociale dei presenti, ordinandoli mentalmente per importanza.

I DOVERI DI CHI STA IN ALTO

Tutti vi tratteranno con rispetto, e si aspetteranno che voi facciate lo stesso; ma evitate con cura massima i passi falsi verso chi gode di status elevato, per anzianità, competenza o

ruolo: va sempre salutato prima di ogni altro. Chi è percepito come superiore, peraltro, qui si comporta in modo paternalistico, non arrogante: persegue il consenso e mostra di tutelare l'interesse di tutti.

Evitare discussioni è una priorità nazionale. Per lo sforzo dei vostri interlocutori di non dispiacervi, spesso fatterete a capire cosa pensano davvero. Dire di no in modo diretto è scortese: il bahasa Indonesia conta almeno dodici espressioni che apparentemente significano "sì", ma che invece vanno intese come un rifiuto. Per voi la capacità di cogliere le sfumature verrà col tempo, ma alcuni indizi sono chiari: un risucchio di aria tra i denti, simile a quello con cui noi potremmo esprimere perplessità o concentrazione davanti a una difficoltà, segnala un "no" inequivocabile, qualunque sia il giro di parole che lo accompagna; anche l'ostinazione a ignorare una vostra domanda significa probabilmente un rifiuto netto, espresso nel modo più educato possibile.

EMOZIONI SOTTO CONTROLLO

Tutti si impegnano al massimo per eliminare a sé e agli altri ogni occasione di imbarazzo o vergogna (*malu*). Avere un moto di rabbia o mancare di rispetto fa "perdere la faccia" a tutti i presenti. L'autocontrollo è una virtù cruciale; chi ne dà prova insufficiente diventa un partner sociale e professionale sgradito.

In Indonesia, i nomi sono considerati sacri. Lo sforzo di pronunciare bene quello di chi avete di fronte è ancora più importante che altrove: ripetetelo con cura e chiedete di correggervi se necessario.

Molti Indonesiani hanno un nome solo, che svolge altresì la funzione di cognome. Sul lavoro, usate sempre anche il titolo professionale o accademico. Con chi non ne ha uno, utilizzate *Bapak* (letteralmente "papà") o *Ibu* ("mamma"): è la formula più diffusa.

UN REGALO DA APRIRE AL MOMENTO GIUSTO

Il primo incontro prevede lo scambio di doni, modesti e scelti con cura. Puntate su ciò che più vi rappresenta: oggetti con il logo aziendale, ma ancora meglio tipici dell'Italia o della vostra città. Ricevendone uno ringraziate, ma non apritelo in presenza di chi ve l'ha donato.

—
Molti indonesiani sono negoziatori abili, pronti ad ammirare chi è bravo quanto loro
—

Molto graditi sono i prodotti alimentari, non però nel caso di un invito a cena. Evitate alcolici e salumi ma, con un musulmano osservante, anche ogni altra carne non *halal*. Nelle zone induiste, come Bali, la carne da evitare è quella bovina, e per lo stesso motivo ogni prodotto in pelle. Infine, non regalate coltelli, sculture o immagini anche solo vagamente impudiche, oggetti o giocattoli che raffigurano o riguardano cani.

Un dono da un uomo a una donna va sempre presentato come fatto da parte della propria moglie. A causa del caldo, l'abbigliamento è spesso informale. Anche sul lavoro incontrerete uomini senza cravatta e in maniche corte. Abito e cravatta, più comuni a Giacarta, sono essenziali negli incontri formali con alti funzionari. Le donne devono indossare capi con maniche almeno fino al gomito, e gonne fino al ginocchio o più lunghe.

Un'ultima notazione riguarda il tempo. La puntualità non è coltivata con rigore, e vincola i subordinati più dei superiori; tuttavia, gli indonesiani si aspettano la puntualità dagli occidentali. Un senso del tempo diverso dal nostro significa anche che i negoziati potrebbero avere per voi un ritmo troppo lento. Non forzate: la vostra fretta rischierebbe di offendere. ☺

RICCIARELLI E MATERASSIFICIO MONTALESE

TRA STORIA E INNOVAZIONE

DA PISTOIA IL RACCONTO DI DUE IMPRESE CHE HANNO SAPUTO APRIRSI A MERCATI SEMPRE NUOVI.

Dal 1843 il nome Ricciarelli di Pistoia vuol dire pasta; all'epoca l'azienda produceva trafile e altre attrezzature per i macchinari di produzione dell'alimento italiano per eccellenza. Oggi è leader indiscussa nella produzione di macchine per il confezionamento di alimenti, inclusi tutti i formati della pasta. Davanti a un piatto fumante di spaghetti al pomodoro, oggi possiamo chiederci da dove arrivino gli ingredienti, ma vi sono meno dubbi sulle macchine che hanno confezionato il prodotto: sono probabilmente quelle provenienti da Pistoia. Che raggiungono ormai anche il Nord Africa e la Turchia, Paesi dove si produce pasta sia per il mercato interno sia per quelli esteri. Mentre il prodotto nasce ormai da processi standardizzati, le confezioni cambiano in base al formato e al marchio. Le esigenze di un mercato globale e articolato si soddi-

sfano solo con la disponibilità di addetti specializzati. Il sentiero di apprendimento dei tecnici della Ricciarelli è lungo e difficile, e questo è vero anche per altre attività, come quelle di verifica delle scelte tecniche adottate in fase di progettazione. «In questo mestiere è purtroppo molto facile richiedere maggiori risorse rispetto a quelle pianificate. Per questo si rendono spesso necessarie continue azioni correttive», spiega Amedeo Romeo, Chief Financial Officer della Ricciarelli.

Il 2006 è stato l'anno del rilancio dell'azienda dopo il processo di ristrutturazione durato quattro anni. Le nuove strategie, che Romeo ha contribuito a formulare, hanno portato a un giro d'affari complessivo di oltre 100 milioni di euro, con una forza lavoro di circa 150 addetti. Per il futuro è decisiva, però, l'affermazione in nuovi mercati esteri. «Esportiamo circa il 60 per

cento della produzione e non abbiamo interesse a correre rischi; quando il cliente non ha disponibili linee di credito, oppure vuole dilazionare il proprio debito oltre dodici mesi, si ricorre all'assicurazione del credito con realtà come SACE», aggiunge Romeo. «Effettuiamo almeno due di queste operazioni ogni anno e ciò ci consente di non rinunciare alle nuove opportunità».

Il caso Ricciarelli non è isolato nel territorio di Pistoia. Anche altre aziende si confrontano con i mercati emergenti, grazie a un matrimonio di successo tra storia e innovazione. Nato quarant'anni fa con le sembianze di un'azienda artigianale, oggi il Materassificio Montalese, guidato da Antonio Caso, figlio del fondatore Michele, impiega 108 persone in una sede di 18.000 metri quadrati. Del mezzo milione di materassi prodotti ogni anno, due terzi sono destinati a una qua-



Operaio durante le fasi di produzione all'interno del Materassificio Montalese.



Particolare del macchinario di confezionamento pasta di Ricciarelli.

rantina di mercati esteri, serviti tenendo conto di esigenze che cambiano da Paese a Paese, da cliente a cliente.

«Le materie prime sono in gran parte italiane», spiega il direttore amministrativo Giovanni Porphiglia. «Tutti i passaggi della produzione sono curati dagli ottanta addetti al settore. Le lavorazioni esterne sono pochissime, limitate alle operazioni che rischiano di rallentare il ciclo di produzione interno, e anche in questi casi siamo noi a fornire la materia prima». Il poliuretano di cui è fatta la lastra principale del materasso è prodotto in Italia (in Lombardia), così come i tessuti, il lattice, il *memory foam*, che attualmente è la base più gradita dagli acquirenti. «Ai clienti ricordiamo sempre che l'acquisto del materasso è una scelta personale. Sul materasso trascorriamo circa un terzo della nostra vita. Se la mattina siamo riposati e soddisfatti del sonno, lo dobbiamo anche a una scelta giusta. Un concetto, questo, che ormai riusciamo a divulgare anche nei nuovi mercati». Gli articoli in catalogo sono oltre 30 mila. «Abbiamo un ufficio che studia nei dettagli le possibili esigenze del cliente. Solo così si riesce ad arrivare a tutti. C'è

un materasso sfoderabile, uno per l'aromaterapia, uno realizzato in materiali biologici, uno in gel... L'importante è riuscire ad abbinare il materasso giusto a ciascuna esigenza. E consegnarlo entro dieci giorni dall'ordine».

Arrivare ovunque col materasso giusto richiede il supporto di un partner che, come SACE, sappia sostenere le aziende in ogni territorio nuovo. «Solo così possiamo pensare di arrivare anche in Cina, un mercato che va studiato a fondo prima di tentare un'operazione commerciale», conclude Porphiglia.

Non è solo all'estero che le aziende italiane hanno bisogno di sostegno: anche nei confronti delle banche italiane è SACE a garantire. «Un grande limite per lo sviluppo delle imprese italiane oggi è l'accesso al credito bancario, divenuto "merce rara" a causa della perdurante situazione di illiquidità in cui versano gli istituti di credito», dice infatti Amedeo Romeo. Per alcune delle aziende che sono riuscite ad aprire nuovi mercati, l'accesso al credito è stato un fattore decisivo. «Nonostante la crisi, il 2012 è stato un anno di grande slancio per il Materassificio Montalese»,

—
«Possiamo arrivare anche in Cina, un mercato che va studiato a fondo prima di tentare un'operazione commerciale»
(Giovanni Porphiglia)

—
«Effettuiamo almeno due operazioni all'anno con SACE. Così non rinunciamo a nuove opportunità»
(Amedeo Romeo)

—
dice infatti Porphiglia, aggiungendo che tra i Paesi più interessanti, contro ogni aspettativa, c'è stata la Libia. Dati sorprendenti e opportunità che andrebbero sprecate senza il giusto supporto al Made in Italy. 🌐

RIGONI DI ASIAGO

TEMPI MATURI

IL BIOLOGICO COME SISTEMA DI PRODUZIONE IDEALE: PRODOTTI ITALIANI CHE PIACCIONO ANCHE NEL LONTANO ORIENTE.

La più recente tra le buone notizie collezionate in questi anni da Andrea Rigoni, amministratore delegato della Rigoni di Asiago SpA, è rappresentata dai numeri che dimostrano l'interesse del mercato cinese per i prodotti dell'azienda di famiglia: il miele, le conserve e i dolcificanti italiani certificati "bio" piacciono anche nel lontano Oriente.

«Quello è un mercato importante, che noi pensavamo fosse molto difficile da affrontare», spiega Andrea Rigoni. «Sorprende scoprire che i tempi sono maturi anche per mercati nuovi, come quello cinese, perché il biologico è un settore promettente, ma complesso. Deve essere declinato nella maniera giusta: inno-

vazione, ricerca e sviluppo, materie prime selezionate, trasformazione adeguata».

In più, il miele è un prodotto piuttosto comune, che si produce anche altrove. Come fa un marchio nuovo ad affermarsi? «Il miele italiano», spiega ancora Rigoni, «ha un valore aggiunto costituito dal territorio, da una collocazione geografica che consente produzioni che variano da specie subtropicali a specie alpine, da aree vicine ai ghiacciai a zone come la Sicilia. Una varietà unica al mondo». Alla maestria delle api, quindi, in Italia si aggiunge quella di un esercito di apicoltori che hanno prodotto e tramandato la capacità di separare le varietà ed esaltare le qualità di ciascuna di esse. Nel paniere dell'azienda vicentina ci sono an-



Vista della sede Rigoni ad Asiago, Vicenza.
A sinistra:
Fase di lavorazione delle confetture.

UN SOSTEGNO CONCRETO

SACE ha garantito un finanziamento da 4 milioni di euro erogato da Friuladria destinato a sostenere i piani di crescita all'estero di Rigoni di Asiago: costi per attività pubblicitarie, marketing, fiere in Italia e all'estero, oltre che l'acquisto di terreni agricoli in Bulgaria e macchinari per la coltivazione e la lavorazione di frutta.

rinnovamento della filiera», ricorda Rigoni. La trasformazione più complessa è stata quella operata nel settore “frutta”, perché parte dei fornitori era in Bulgaria, dove la disciplina della coltivazione senza pesticidi costituiva una novità. Mentre il mercato già chiedeva prodotti più attenti all'ambiente, l'offerta era ancora modesta. Ma la sfida era grande, specie per chi, come la famiglia Rigoni, aveva scelto di affermarsi fuori delle nicchie di mercato, nel mare aperto della grande distribuzione. Dal 1999 Rigoni di Asiago è leader in Italia nella produzione e commercializzazione di miele e confetture biologiche.

«Le nostre materie prime non sono infinite», continua Rigoni. «Ancora oggi per noi la crescita deve essere modulata e passare attraverso una strategia ragionata. Per quanto riguarda l'esportazione, ad esempio, abbiamo raggiunto il 10 per cento nel 2012. Per noi è importante soprattutto presentare il prodotto in maniera corretta e insistere sulla sua cultura».

Dal 2001 Rigoni di Asiago investe in Bulgaria, dove ha avviato la filiera dei prodotti “bio”, che va dai campi alla trasformazione. SACE ha garantito un finanziamento di 4 milioni di euro per i piani di crescita di questo progetto, per l'acquisto di nuovi terreni, di macchinari e per la promozione del prodotto. L'azienda vicentina esporta i suoi prodotti ormai in 19 Paesi. «Conosciamo la SACE da parecchi anni come assicuratrice di crediti sui mercati esteri. Pensando ai nostri investimenti fuori dell'Italia, l'abbiamo considerata come un partner utile, sia dal punto di vista produttivo che commerciale».

Da più di trent'anni, e attraverso diverse crisi economiche, l'esperienza della Rigoni di

Asiago appare a molti singolare, nel senso che da sempre riesce a tenere insieme dimensioni che solo apparentemente risultano in antitesi: mentre il mercato del biologico si coniuga spesso con le dimensioni minime di un territorio agricolo ristretto, l'azienda italiana tenta di incontrare clienti in ogni parte del globo; e ancora, mentre la cultura dei sapori pone l'accento sulle tecniche tradizionali di trasformazione, Rigoni investe nell'innovazione e nell'efficienza dei processi.

«È vero che sembrano tutti concetti in antitesi», ribadisce Andrea Rigoni, «ma la tradizione, specie nel mercato alimentare, non può essere vista come un complesso di regole immutabili. Coltivare come si faceva cento o duecento anni fa sarebbe assurdo e fuori del tempo. Vanno invece conservati gli aspetti fondamentali delle colture agricole: qualità organolettiche e salubrità, in primo luogo». Nonostante le ambizioni globali e la domanda in crescita, l'accento resta sulla qualità dei processi produttivi. «L'obiettivo è offrire al mercato prodotti che mantengano le proprietà naturali di miele e frutta. Ciò che non si poteva fare un secolo fa, si può fare oggi con l'innovazione. Questo migliora la qualità di quello che offriamo rispettando al tempo stesso la tradizione». 🌱

che conserve di oltre 25 frutti diversi, dolcificanti a base di frutta e creme spalmabili alla nocciola, tutti ottenuti senza fare ricorso alla chimica di sintesi.

«Quando parliamo di agricoltura biologica intendiamo parlare di alimentazione così come dovrebbe essere. Per questo il biologico non è un altro tipo di alimentazione, ma il sistema di produzione ideale». Quando ha deciso di dedicarsi seriamente all'agricoltura “verde”, negli anni Novanta, la famiglia Rigoni si è confrontata con quella allargata dei produttori di miele e frutta, che si sono trovati a compiere una scelta di campo importante. «Per quattro anni abbiamo sperimentato il

ITP INDUSTRIA TERMOPLASTICA PAVESE

LA PLASTICA ALLUNGA LA VITA

RIDURRE LO SPRECO DI CIBO GRAZIE ANCHE
ALLA RICERCA E INNOVAZIONE TRA LE PLASTICHE
DA IMBALLAGGI.

S secondo i dati diffusi recentemente da Andrea Segrè, preside della Facoltà di Agraria dell'Università di Bologna, ogni anno in Europa e Nord America si spreca tra i 95 e i 115 chili di cibo a testa. Un dato che scandalizza molti. Un problema al quale la stessa filiera alimentare sta cercando di porre rimedio, a cominciare dai produttori di imballaggi. «La tecnologia può contribuire ad allungare la "vita di scaffale" dei prodotti, evitando che ne vadano così tanti al macero», dichiara Nicola Centonze, amministratore delegato dell'Industria Termoplastica Pavese, un'azienda nata nel 1972, che nei suoi primi quarant'anni ha partecipato all'evoluzione degli imballaggi industriali, non solo alimentari: un settore che impone un aggiornamento continuo, al passo con esigenze di mercato in costante evoluzione.

L'azienda ha circa 150 dipendenti, dei quali 110 si dedicano alla produzione, mentre i rimanenti sono impiegati nell'amministrazione, nella vendita e nella ricerca e sviluppo di nuove soluzioni. Sono sei i chimici che, con l'aiuto di altri quattro addetti, lavorano ai materiali di domani. Se per le aziende di grandi dimensioni è già un buon risultato destinare l'1 o il 2 per cento alla ricerca, qui la percentuale sfiora il 10 per cento. E lo supera se si tiene conto della collaborazione avviata con il Defens (Department of Food, Environmental and Nutritional Sciences), un ramo del Dipartimento di Scienze per gli alimenti, la nutrizione e l'ambiente dell'Università di Milano. Le ricerche avviate nell'ambito di questa collaborazione vogliono coniugare sicurezza alimentare e rispetto dell'ambiente. Se entro il 2013 nei nostri supermercati arriveranno im-

ballaggi "intelligenti", ovvero in grado di permettere alle confezioni delle verdure di lasciar passare ossigeno e di isolare le confezioni dei prodotti che invece ne temono il contatto, come le carni e i derivati del latte, sarà probabilmente merito dei quindici professori e dei quindici ricercatori attivi nel progetto Defens. «Si punta a rallentare il deterioramento degli alimenti, conservandone le qualità nutritive», spiega Centonze, che è anche presidente di un'organizzazione che raggruppa ottocento imprese italiane del settore, la Federazione Gomma Plastica, aderente a Confindustria.

L'Industria Termoplastica Pavese (Itp) fattura 60 milioni l'anno, oltre la metà all'estero, in primo luogo Stati Uniti e Germania, ma anche Medio Oriente e Asia. Il fatto di avere molti clienti nelle nazioni a più alta sensibilità ambientale rappresenta una sfida costante, soprattutto per l'aggiornamento delle tecnologie che puntano a mettere sul mercato le plastiche più innovative e sicure del mondo. «Fare ricerca e sviluppo per noi significa sia impiegare una parte del personale a queste attività, sia destinare somme importanti alle sperimentazioni. Abbiamo un impianto pilota per la messa a punto dei nuovi materiali, che sono poi sottoposti all'approvazione del cliente. Questo ci costa circa 1 milione di euro l'anno».

Potersi sviluppare sui mercati esteri più esigenti significa partire da basi solide. Da un lato l'esperienza, dall'altro una serie di partner affidabili. «Quattro anni fa abbiamo deciso di affidarci a un alleato come SACE BT per conoscere la situazione finanziaria delle aziende estere alle quali ci rivolgiamo», dice ancora Centonze. «Da allora, però, le cose sono cambiate anche qui in Italia, dove si è



— «Quattro anni fa abbiamo deciso di affidarci a un alleato come SACE BT per conoscere la situazione finanziaria delle aziende estere alle quali ci rivolgiamo»
(Nicola Centonze)
—



affacciato il problema del credito, perfino nel rapporto con clienti che una volta avremmo giudicato affidabili». La valutazione del cliente da parte di una società esterna si è resa sempre più necessaria.

«Ci tengo ad aggiungere che con SACE BT lo scambio di conoscenze è reciproco, si arriva insieme a costruire un quadro realistico del mercato, utile a noi come a loro».

Crisi o non crisi, la Itp ha aumentato leggermente la produzione. Un dato che però non

basta a compensare i rincari imposti dall'aumento dei costi. Su un fatturato di 60 milioni, la Itp ne spende 3 per l'energia elettrica. Un anno fa, consumando la stessa quantità, ne spendeva 2,4.

«Questo ci crea difficoltà soprattutto nel momento in cui ci confrontiamo col mercato tedesco. Fino all'anno scorso competevo ad armi pari, ora siamo penalizzati».

Le risorse assorbite dai costi in ascesa sono sottratte a una progettazione di più ampio re-

spiro, al rilancio dei prodotti e delle strategie. In altre parole, al futuro dell'impresa. Un discorso che si applica a molte aziende italiane. «Avremmo bisogno di avere più dipendenti», spiega Centonze, «di avvicinarci alle dimensioni delle aziende tedesche con le quali ci confrontiamo, che hanno dai 500 ai 1000 dipendenti. Le dimensioni ridotte delle aziende italiane, per effetto dei costi in ascesa e delle lungaggini burocratiche, rappresentano un freno allo sviluppo». ☹

COGHI COSTRUZIONI EDILI

RETE DI PROTEZIONE

LAVORO, CREDITO E CREDIBILITA': FONDAMENTA PER CONTINUARE A CRESCERE, AL SERVIZIO DEL TERRITORIO.

Presidente della Coghi Costruzioni Edili SpA di Mantova e al tempo stesso vicepresidente nazionale dell'Ance, l'Associazione Nazionale dei Costruttori Edili, GianLuigi Coghi, 55 anni, afferma con convinzione: «Le imprese di costruzioni hanno un rapporto straordinario con il territorio». L'azienda mantovana, nata nel 1966, è vicina a compiere i suoi primi cinquant'anni di attività. Secondo la migliore tradizione nazionale, l'azionariato è saldamente in mano alla famiglia. «Siamo alla terza generazione», dichiara fiero Coghi. Quasi ogni giorno un'impresa edile si trova a contattare gli uffici della Pubblica Amministrazione per svolgere i vari adempimenti. Un grande dispendio di energie, tra permessi e autorizzazioni. Ma anche l'occasione per arricchire una rete di relazioni. «Nessuna im-

presa manifatturiera gode del privilegio di un rapporto così stretto. Ogni volta che viene rilasciato un permesso», continua Coghi, «prende forma una certa idea di come debba strutturarsi il territorio».

A partire dalle scelte operate insieme alle Amministrazioni, infatti, lo spazio fisico urbano e il paesaggio prendono forma. Specie quando si opera a cavallo tra mercato privato e opere pubbliche, realizzando case per le famiglie, fabbriche per le aziende, ospedali, case di cura, residenze per la terza età e scuole per le comunità. «Uno dei progetti più significativi degli ultimi anni», dice GianLuigi Coghi, «è stato il *project financing* per la ristrutturazione dell'edificio simbolo della città di Mantova: il duecentesco Palazzo del Podestà, affacciato su Piazza delle Erbe». Il forte legame col territorio si è manife-

stato anche dopo il terremoto che ha colpito nel maggio 2012 l'Emilia-Romagna e la Lombardia. «Abbiamo realizzato una centrale per la produzione di teleriscaldamento a San Benedetto Po, Comune colpito dal sisma. Una centrale completamente alimentata a legna che riscalderà circa 3000 abitazioni, in un'ottica di massima sostenibilità».

Coghi Costruzioni Edili coordina la rete di imprese Gonzaga Heritage, nata all'interno del Distretto culturale "Le Regge dei Gonzaga". «Il Distretto è animato da due entità», spiega Coghi, «una è universitaria, il Politecnico di Milano, l'altra è imprenditoriale, Gonzaga Heritage. Questo è un modello innovativo: solo grazie a uno degli ultimi provvedimenti del governo esiste la possibilità per una rete di imprese di partecipare alle opere pubbliche in quanto tale».



Un simile attivismo e la continua interazione con la Pubblica Amministrazione hanno reso necessaria, negli anni, l'alleanza con la galassia SACE. «SACE ci assiste nelle gare d'appalto attraverso il rilascio delle garanzie indispensabili», spiega Coghi. «A partire da questo rapporto, abbiamo conosciuto anche gli altri prodotti SACE. In particolare, l'attenzione alle piccole e medie imprese degli ultimi anni si è concretizzata nei servizi di smobilizzazione dei crediti». Al rapporto diretto con le aziende si è affiancata la convenzione stipulata tra SACE e Ance Lombardia. A partire dal 2012 gli associati possono richiedere agli sportelli PosteImpresa l'attivazione del rapporto di factoring e lo smobilizzo dei crediti vantati nei confronti delle Pubbliche Amministrazioni convenzionate. «Ogni volta che ho a che fare con SACE», afferma ancora Coghi, «sono piacevolmente impressionato dai tempi velocissimi richiesti dalle singole analisi. Una sollecitudine rara, se non unica, nel mondo della finanza».

In un momento di crisi economica e di grande difficoltà per la Pubblica Amministrazione, le imprese hanno bisogno di ossigeno, sotto forma

di credito e di efficienza dei servizi. Questa crisi, tuttavia, rappresenta anche l'occasione per recuperare valori importanti. «Pensando a una parola d'ordine che riassume una ricetta per contrastare le difficoltà che stiamo attraversando, direi che sarebbe necessario, secondo me, riprendere lo spirito che animava la ricostruzione del nostro Paese nel dopoguerra. Riprendere quindi il forte senso di identità nazionale che ha caratterizzato le imprese, i loro collaboratori, i cittadini in quel passaggio».

La candidatura di Mantova a capitale europea della cultura per il 2019 può essere un buon banco di prova in questo senso. «Questa piccola città di 49 mila abitanti viene definita anche un "patrimonio culturale diffuso". Lungo la via del Principe, si raccolgono le espressioni più significative della sua ricchezza artistica. È un percorso pedonale di circa 30 minuti che parte dai Laghi, tocca il Castello di San Giorgio e arriva a Palazzo Te, passando per le testimonianze lasciate da Giulio Romano e dal Mantegna. Lì si concentrano le espressioni più pure, che noi chiamiamo "giuliesche", di un periodo in cui i signori interpretava-

—
«Ogni volta che ho a che fare con SACE, sono piacevolmente impressionato dai tempi velocissimi richiesti dalle singole analisi. Una sollecitudine rara, se non unica, nel mondo della finanza»

(GianLuigi Coghi)

—

no l'architettura e l'edilizia come manifestazione del proprio spirito. Dopo 500 anni traiamo ancora benefici da quelle loro scelte». È presto ora per dire se le scelte di oggi porteranno ricchezza a chi vivrà a Mantova tra più di un secolo. Tuttavia, per un'impresa edile è utile considerare le generazioni future come parte integrante del territorio nel quale opera. 🌐

SE NE PARLA



"Dnepropetrovsk Sunrise".
Foto di Sergey Ilyin, courtesy Interpipe Steel.



ARTE E INDUSTRIA

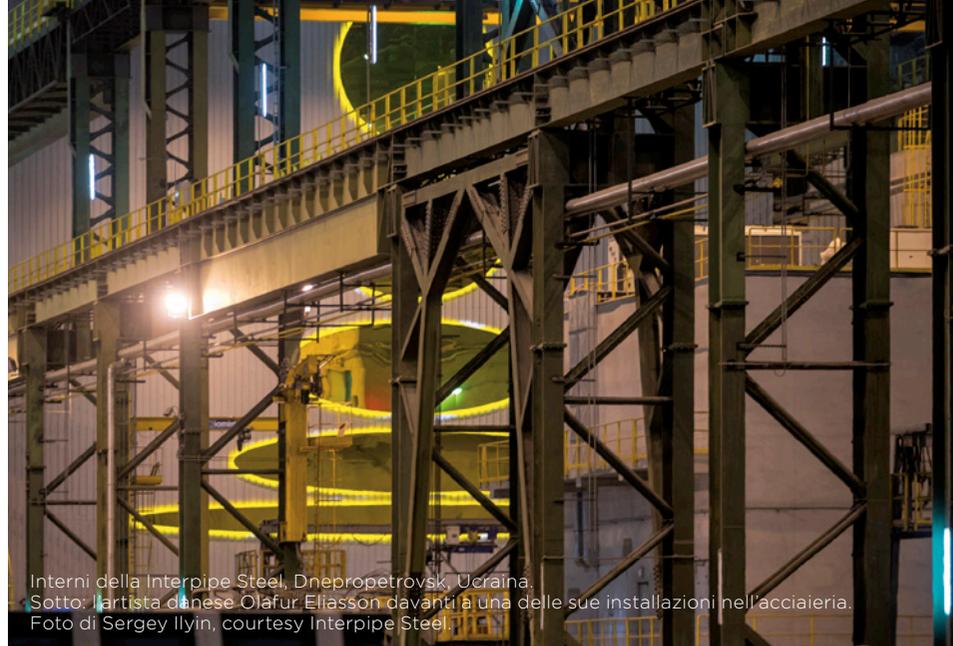
IL SOL DELL'AVVENIRE

IN UCRAINA ALLA SCOPERTA DI DNEPROPETROVSK SUNRISE, IL PROGETTO CHE SUPERA IL CONCETTO DI ARCHEOLOGIA INDUSTRIALE E TRASFORMA UN'ACCIAIERIA IN UNA STRAORDINARIA OPERA D'ARTE CON LA FIRMA DELL'ITALIANA DANIELI.

Il "Sol dell'Avvenire" è sorto a Dnepropetrovsk. Nella cittadina ucraina, che prima del collasso dell'Unione Sovietica ospitava una base militare per lo sviluppo dei missili balistici, adesso è in funzione Interpipe Steel, un complesso siderurgico destinato a diventare il primo produttore d'acciaio dell'Europa orientale, con una capacità produttiva a pieno regime di 1320 tonnellate l'anno. Vale 700 milioni di dollari, di cui 230 milioni garantiti da

SACE al Gruppo friulano Danieli. SACE si è messa al fianco di Danieli per la realizzazione di quello che è il primo impianto siderurgico costruito in Ucraina negli ultimi quarant'anni, oltre che il maggiore investimento privato effettuato nell'ex Repubblica sovietica dalla caduta del Muro. Grazie alla combinazione delle tecnologie innovative di Danieli per la fusione dell'acciaio, l'impianto rappresenta anche un esempio di eccellenza nel settore siderurgico,

all'avanguardia sul panorama internazionale. Fortemente voluto da Victor Pinchuk, esperto ingegnere metallurgico poi diventato "magnate dell'acciaio" e appassionato collezionista di opere d'arte, Interpipe Steel è stato concepito per offrire un'immagine nuova, di rinascita, della stessa Ucraina. «Molti credono che la metallurgia sia un'industria obsoleta, che non va più di moda», ha dichiarato Pinchuk in occasione dell'inaugurazione del complesso. «Ma io non



Interni della Interpipe Steel, Dnepropetrovsk, Ucraina.
Sotto: l'artista danese Olafur Eliasson davanti a una delle sue installazioni nell'acciaiera.
Foto di Sergey Ilyin, courtesy Interpipe Steel.



—
SACE al fianco di Danieli per la realizzazione di quello che è il primo impianto siderurgico costruito in Ucraina negli ultimi quarant'anni
—

sono di quest'avviso. La mia idea è dimostrare che la metallurgia può essere ultramoderna». E per dare forza a quest'idea Victor Pinchuk ha sapientemente scelto uno dei più grandi nomi dell'arte contemporanea, Olafur Eliasson, per "marchiare a fuoco" il complesso industriale e renderlo non solo un'acciaiera, ma una straordinaria opera d'arte. Olafur Eliasson, artista danese di origini islandesi, ha realizzato per il complesso cinque installazioni, di cui la principale è *Dnepropetrovsk Sunrise*, un sole artificiale posizionato a 60 metri di altezza, che si illumina di notte e che contraddistingue il complesso rendendolo visibile (e riconoscibile) anche a chilometri di distanza.

«Ho sempre creduto che l'arte debba essere per tutti e non possa solo essere rinchiusa nei musei», ha dichiarato l'artista a "France Tv" in occasione dell'inaugurazione di Interpipe Steel. Man mano che ci si addentra nel complesso siderurgico, le opere di Eliasson sono ben visibili, tra imponenti arcate in acciaio e facciate decorate da immagini geometriche dai colori caldi. Il sole che brilla nell'acciaiera ucraina «è consacrato alla transizione, al cambiamento», ha voluto sottolineare l'artista. E il cambiamento sta proprio nell'integrare la produzione artistica

e quella industriale, creando un felice connubio che non fa più percepire, come accadeva in passato, il complesso siderurgico come entità alienata (e alienante), bensì come luogo d'incontro tra spirito e corpo.

Il gigantesco sole luminoso di Eliasson rappresenta il cuore caldo dell'acciaio, per i cittadini ucraini una nuova fonte di reddito che, in quanto tale, produce anche nuova linfa vitale.

Potremmo dire che a Dnepropetrovsk l'arte celebra l'opera, come già in passato è avvenuto per altri imponenti progetti architettonici, dalla High Line di New York, che ha trasformato in un impressionante giardino sospeso la linea della metro in disuso della Grande Mela, alle poderose visioni dell'architetto Renzo Piano, che ha plasmato un cuore per il Lingotto di Torino, trasformandolo da simbolo di "archeologia industriale" a vibrante polo culturale, ogni anno sede della Fiera Internazionale del Libro e del Salone del Gusto e del Vino.

Interpipe Steel, grazie alle nuove attrezzature e all'impiego di tecnologie verdi, rimpiazzerà gli attuali metodi di produzione dell'acciaio ormai obsoleti e ridurrà più del doppio i consumi energetici, tagliando le emissioni di CO₂ e i consumi di gas naturale di circa 60 milioni di metri cubi.

Ma sarà anche un'industria con un cuore ultramoderno, un cuore che pulsa di cultura. Grazie all'intervento di Olafur Eliasson, il complesso siderurgico si erge a opera d'arte e, oltre a creare 700 nuovi posti di lavoro qualificati, produrrà anche un indotto turistico, richiamando visitatori da tutte le parti del mondo, che affolleranno la sua galleria d'arte contemporanea, dove verranno esposte opere di artisti del calibro del britannico Damien Hirst, dello statunitense Jeff Koons e del giapponese Takashi Murakami.

«L'arte ha la capacità di suggerire visioni, stati di incertezza e nuovi stimoli laddove le fabbriche, votate alla produzione, hanno la necessità primaria di basarsi su un ordine certo e sulla prevedibilità degli eventi», ha aggiunto Olafur Eliasson, che vede in Interpipe Steel un impegno a integrare l'ambiente con le necessità umane, attraverso l'abbraccio caldo di «un'esperienza estetica e imprevedibile» all'interno di una fabbrica contemporanea.

La gigantesca palla luminosa di Interpipe Steel, che si specchia nel fiume Dnepr, segna l'ingresso di Dnepropetrovsk in una nuova era, una sorta di alba cultural-industriale che nutre spirito e materia. Dopo anni di buio profondo, la città ucraina finalmente ha ritrovato la sua luce. 🌞

VISTI DALLA CINA

OMBRE ROSSE

LE IMPRESE CINESI SOFFRONO IL RALLENTAMENTO DELL'ECONOMIA E CERCANO CREDITO ATTRAVERSO OGNI CANALE, INCLUSO LO SHADOW BANKING.

La Cina rallenta il ritmo di crescita e le imprese si trovano in affanno. L'economia cinese ha chiuso l'anno con un tasso di crescita del Pil inferiore all'8 per cento, il più basso dell'ultimo decennio: sebbene elevato rispetto alle performance mondiali e ribattezzato da molti analisti come "atterraggio morbido", resta sensibilmente inferiore alle aspettative del Paese per il 2012. Un trend che sembra destinato a confermarsi anche nel prossimo biennio (2013-2014), con tassi di crescita previsti attorno al 9 per cento.

Il ridimensionamento delle prospettive ha colto di sorpresa molte aziende cinesi, che negli scorsi anni avevano investito basandosi su aspettative di crescita a due cifre. Nel terzo trimestre 2012, un'indagine di Standard & Poor's ha rilevato un forte aumento dei ritardi nei pagamenti e, di conseguenza, dei crediti non pagati. Le aziende più colpite sono quelle legate ai settori delle costruzioni e delle infrastrutture. Per il momento le banche stanno registrando un aumento dei prestiti in sofferenza relativamente poco marcato (pari all'1 per cento nel secondo trimestre 2012), ma molti analisti ritengono che il peggioramento della qualità dei crediti sia molto più grave di quanto non appaia nei bilanci.

«È vero che esiste un aumento di *account receivable* ma dobbiamo chiarirne le ragioni», spiega Saro Capozzoli, General Manager di Jesa Investment, la società di consulenza partner di SACE sul mercato cinese. «Secondo i dati di Capital Value, l'utile netto di 2500 so-



Foto Susetta Bozzi, Parallelozero



QUANDO IL CREDITO FA CRUNCH

Lo *shadow banking*, il sistema bancario ombra, cioè l'insieme delle entità e attività di intermediazione creditizia esterne al sistema bancario - quali fondi di mercato monetario, cartolarizzazioni, imprese di assicurazione che emettono o garantiscono prodotti creditizi, credito informale -, rappresenta una quota sempre più importante del settore finanziario e sta sperimentando una forte crescita anche in Europa. Una rilevanza che si spiega con la capacità di offrire agli investitori una diversificazione delle fonti di finanziamento e delle forme di deposito, ma che potrebbe, senza una vigilanza efficace, dare origine a nuovi squilibri.

cietà quotate sui mercati asiatici è cresciuto solo dello 0,4 per cento anno su anno nel terzo trimestre, dopo il calo dell'1,8 per cento nel secondo trimestre. Il fenomeno a cui stiamo assistendo si estende molto al di là della capacità delle maggiori società cinesi a ripagare i propri debiti in tempo». È piuttosto nel sistema creditizio che vanno ricercate le cause di questa situazione. In Cina i mercati finanziari non sono ancora sviluppati, per questo il settore bancario ha un ruolo dominante nell'intermediazione finanziaria, però non segue le regole del mercato e gran parte del credito concesso è spesso canalizzato verso le grandi imprese di Stato. Il sistema bancario cinese è dominato da quattro grandi istituti pubblici: la Industrial and Commercial Bank of China (Icbc), la Bank of China (Boc), la China Construction Bank (Ccb) e la Agricultural Bank of China (Abc), che detengono circa il 60 per cento dell'attivo totale.

L'esposizione del sistema bancario nei confronti degli enti locali e governativi e verso il settore del *real estate* è elevata, il che sta facendo aumentare le preoccupazioni per un deterioramento del merito creditizio delle entità debitorie. A partire da gennaio 2010, gli interventi della Banca Centrale hanno puntato a drenare l'eccesso di credito nel sistema e a ridurre il rischio di pressioni speculative nel mercato dei titoli, oltre a quello di una bolla nel mercato immobiliare. Il rallentamento del credito ha colpito soprattutto le Pmi che si sono rivolte a canali secondari e informali (il cosiddetto *grey lending*) oltre che al canale commerciale.

«Questa situazione non si è creata solo nell'industria pesante, ma anche in altri settori, come nel *food processing* e nel tessile», continua Capozzoli.

Il rallentamento della crescita e la minore inflazione negli ultimi mesi hanno portato la People's Bank of China (Pbc) ad allentare la stretta monetaria tramite la riduzione del coefficiente di riserva obbligatoria per le banche commerciali e il duplice taglio dei tassi di interesse (*lending rate* pari al 6 per cento). Il target della politica monetaria non sarà più quindi la lotta all'inflazione ma il sostegno e la stabilizzazione della crescita economica.

«Gran parte dei commentatori cinesi si dice fiduciosa che, con la nuova leadership cinese al lavoro, la politica finanziaria dovrebbe essere rivista a favore del sostegno alle imprese e alle banche, questa volta senza grosse iniezioni di capitali ma ammodernando il sistema e riducendo la burocrazia», conclude Capozzoli. ☺



SACE PER L'ARTE

NUNZIO

LA FORZA DELLA MATERIA NUDA

PROTAGONISTA DELLA NUOVA GENERAZIONE DI SCULTORI ITALIANI, CON LE SUE INSTALLAZIONI LINEARI ED ESSENZIALI, NUNZIO ESPRIME UN'ESIGENZA COMUNICATIVA CHE VA OLTRE L'OPERA STESSA E INVADE LO SPAZIO INTORNO.



Fra i protagonisti della nuova generazione di scultori italiani, Nunzio Di Stefano, in arte solo Nunzio, è uno degli artisti della cosiddetta “Scuola di San Lorenzo” nata negli anni Settanta nell'ex Pastificio Cerere, nel quartiere popolare romano di San Lorenzo, da un gruppo di sette giovani che con le loro opere hanno conquistato in breve tempo la scena italiana e internazionale. Non si tratta di un gruppo omogeneo di artisti. Ognuno di loro sviluppa un proprio linguaggio espressivo e, al posto di un pensiero univoco e riduttivo, sceglie la pluralità delle esperienze, pur mirando in ogni opera alla sintesi di una visione che riconosce all'arte un ruolo sociale, un'assunzione di responsabilità etica oltre che estetica. Nunzio nasce in provincia dell'Aquila ma la sua formazione artistica avviene a Roma, dove studia all'Accademia di Belle Arti presso il corso di scenografia di Toti Scialoja. Le sue sculture

e installazioni si esprimono attraverso un linguaggio armonico ed equilibrato, che trascende il piano artistico e dà voce a un'esigenza comunicativa che va oltre l'opera stessa e invade lo spazio intorno. Il risultato è una sintesi estrema della materia che rimane spoglia, ridotta all'essenziale.

La materia e il suo coinvolgimento fisico e visivo nell'ambiente che la circonda sono la costante dell'evoluzione del linguaggio espressivo di Nunzio. Risalgono agli anni Ottanta le sue prime mostre personali, dove espone acquerelli e sculture in gesso dipinte in cui già traspare questa esigenza narrativa. Lo storico dell'arte Giuliano Briganti commenta così le sculture che l'artista presenta nella galleria L'Attico di Roma nel 1984: «Negano la forza di gravità pur non nascondendo la sostanza fisica [...] negano la bidimensionalità della pittura [...] sembrano alludere ad una profondità senza fine».

Nel tempo abbandona l'uso del gesso per approdare al legno di cui svilupperà anche le qualità pittoriche e cromatiche, attraverso un processo di combustione della materia. Nunzio interviene sulle sculture con cera, pece, carbone e pigmenti. Successivamente arricchisce il suo linguaggio espressivo esplorando le potenzialità del piombo, materiale dalla superficie opaca capace di interagire con gli effetti luminosi e di dialogare con lo spazio circostante. Le opere invadono l'ambiente, assorbono la luce e riflettono l'interesse dell'artista che si concentra non solo sulla costruzione della forma.

Tra la fine degli anni Ottanta e l'inizio degli anni Novanta, gli appuntamenti espositivi si susseguono numerosi sia in Italia che all'estero. L'artista continua il suo dialogo con lo spazio affrontando dimensioni sempre nuove come nell'installazione *Passaggio*, in cui costruisce una grande struttura aerea fatta di elementi ricurvi di legno combusto, montati in successione ritmica, che attraversano tutto l'ambiente espositivo. Nel 1986 partecipa alla Biennale di Venezia e vince il “Premio Duemila”; verrà nuovamente invitato nel 1995 con una sezione personale, che gli varrà la Menzione d'Onore.

Le sue opere conquistano anche il pubblico internazionale e sono esposte nelle principali gallerie di arte contemporanea d'Europa e del mondo: Parigi, Nizza, Vienna, Francoforte, New York, Sydney e Osaka. In Giappone, nel 1995, ottiene anche il “Prize of Excellence” alla Biennale di Fujisankai. Nello stesso anno gli viene dedicata una grande mostra personale a Villa delle Rose a Bologna, curata da Nino Castagnoli, e nel 2005 la mostra antologica al Macro di Roma curata da Danilo Eccher. Nello stesso anno presenta alla Galleria Persano di Torino due grandi lavori in legno, in cui impiega autentiche strutture di case rurali recuperate in Croazia, intervenendo per la prima volta su costruzioni preesistenti. Nell'ottobre del 2012 il Biedermann Museum di Donaueschingen organizza un'importante mostra del suo lavoro. 🌐

A sinistra:
Nunzio al lavoro per la mostra Visioni.
20 Artisti a Sant'Agostino, Bergamo 2005.
Foto sequenza e ritratto di Rodolfo Fiorenza.

RITRATTO



Nunzio Di Stefano, meglio noto come Nunzio, nasce nel 1954 a Cagnano Amiterno, in provincia dell'Aquila. Si trasferisce a Roma e nel 1977 si diploma all'Accademia di Belle Arti nel corso di scenografia di Toti Scialoja. Già dagli anni Settanta stabilisce il suo studio nell'ex Pastificio Cerere, nel quartiere San Lorenzo, contribuendo a creare - insieme a Bianchi, Ceccobelli, Dessi, Gallo, Pizzi Cannella e Tirelli - la “Scuola di San Lorenzo”. Nel corso della sua carriera artistica predilige l'uso di elementi come il gesso, sostituito dal legno combusto e dal piombo plasmato per comporre sculture essenziali ma in grado di riempire l'ambiente circostante. I suoi lavori sono approdati alla Biennale di Venezia (1986 e 1995), mentre il Macro di Roma gli ha dedicato una grande personale nel 2005. Infine, Nunzio ha esposto in numerose mostre personali e collettive in Italia e all'estero: Galleria L'Attico, Roma (1984); Prospect 89, Francoforte (1989); Kodama Gallery, Osaka (1994); Galleria d'Arte Moderna Villa delle Rose, Bologna (1995); Galleria Fumagalli, Bergamo (2000); Galleria Persano, Torino (2005, 2009-2010).

SACE crede nel valore dell'arte come linguaggio universale per uno scambio culturale e sociale tra i popoli e per questo, dal 2004, promuove con il progetto “SACE e l'Arte” la conoscenza di artisti contemporanei. Un impegno concretizzato con la pubblicazione di una monografia originale che testimonia l'attenzione del Gruppo alle diverse espressioni creative come patrimonio comune dell'umanità. Nunzio è il protagonista dell'iniziativa del 2006, anno in cui SACE ha realizzato il catalogo per la mostra ospitata presso il Museo d'arte contemporanea di Zagabria.

LA GIUSTA ROTTA

PER LE PMI ORA ANCHE
FINANZIAMENTI
A BREVE TERMINE
CON LA GARANZIA SACE.

Chiamatelo *credit crunch* o stretta della liquidità, se preferite. L'inasprimento delle condizioni di offerta di credito da parte delle banche è un tema molto pesante per le imprese italiane. Si dice sempre che diversificazione e internazionalizzazione siano i canali su cui puntare per arginare gli effetti di una crisi che ha colpito soprattutto i Paesi avanzati. Ma in un contesto di liquidità contingentata come quello attuale, sono sempre di più le aziende che fanno fatica a reperire non solo i finanziamenti per investire in progetti di sviluppo all'estero, ma anche per le più semplici esigenze di capitale circolante connesse alla propria attività all'estero.

Per far fronte ai nuovi bisogni delle imprese italiane e in particolare delle Pmi, le più esposte a queste difficoltà, SACE ha recentemente concluso accordi con alcuni dei maggiori istituti bancari del Paese che hanno messo a disposizione finanziamenti a breve termine, garantiti da SACE, destinati a sostenere esigenze di capitale circolante relative a operazioni di export, esecuzione di lavori all'estero o progetti di internazionalizzazione. In particolare, solo nell'ultimo anno sono stati conclusi accordi di partnership con Bnl, Bper e Iccrea, per un totale di 175 milioni di euro per nuovi finanziamenti. Le imprese che possono beneficiare delle linee di credito dovranno possedere le stesse caratteristiche previste dalle normali garanzie finanziarie per l'internazionalizzazione delle Pmi di SACE: quindi avranno un fatturato

non superiore a 250 milioni di euro, generato per più del 10 per cento all'estero, sede legale o una parte sostanziale delle proprie attività in Italia. Anche in questo caso i finanziamenti saranno garantiti da SACE fino al 70 per cento dell'importo totale che, però, sarà compreso tra un minimo di 50 mila e un massimo di 2,5 milioni di euro per una durata di 6, 12 o 18 mesi. In una fase di rallentamento globale e scarsa propensione delle imprese verso nuovi investimenti, questi accordi consentono di ottimizzare la gestione del capitale circolante e migliorare la qualità dei servizi offerti, aumentando le scorte e offrendo maggiori dilazioni di pagamento. A tutto beneficio della competitività. Le nuove convenzioni non fanno che arricchire l'offerta del programma "Internazionalizzazione delle Pmi" di SACE che, grazie a una collaborazione con il sistema bancario avviata ormai da anni, sostiene i progetti di crescita delle Pmi italiane, mettendo a loro disposizione *credit facility*, linee di credito garantite da SACE per finanziare i piani di sviluppo all'estero. Le garanzie agiscono come strumento di mitigazione dei rischi a sostegno del sistema creditizio italiano e facilitano l'erogazione dei prestiti. I finanziamenti sono erogati dalle banche convenzionate per progetti direttamente e indirettamente connessi allo sviluppo all'estero a imprese con fatturato non superiore a 250 milioni di euro, generato almeno per il 10 per cento all'estero. La garanzia, rilasciata per un importo massimo pari al 70 per

ISTITUTI DI CREDITO PARTNER DI SACE

- Banca Carige
- Banca Nazionale del Lavoro
- Banca Popolare di Milano
- Banca Popolare di Sondrio
- Banca Popolare di Vicenza
- Banca Sella
- Banco Popolare
- Credem
- Deutsche Bank
- Gruppo Bper
- Gruppo Cariparma - Crédit Agricole
- Gruppo Credito Valtellinese
- Gruppo Intesa Sanpaolo
- Gruppo Monte Paschi di Siena
- Gruppo Veneto Banca
- Hypo Alpe Adria Bank
- Iccrea BancaImpresa
- Mediocredito Trentino-Alto Adige

cento di quello erogato, è dedicata a imprese attive in Paesi esteri con investimenti diretti (*joint venture*, fusioni, acquisizioni, partnership in Paesi esteri) o indiretti, oppure interessate a finanziare progetti di ricerca e sviluppo, spese per il rinnovo e il potenziamento degli impianti e dei macchinari, per la tutela di marchi e brevetti, per la partecipazione a fiere internazionali e per iniziative promozionali.

Nell'ambito delle convenzioni sinora siglate, SACE ha garantito linee di credito per 1,7 miliardi di euro in favore di 2677 imprese, in prevalenza Pmi. E ad oggi sono ancora disponibili 1,4 miliardi di euro di finanziamenti e si sta lavorando a un sostanziale rafforzamento del programma. 🌐

IN ITALIA

SACE
 NUMERO VERDE 800
 269264
 INFO@SACE.IT

BARI
 tel. +39 080 5467763
 email: bari@sace.it

BRESCIA
 tel. +39 030 2292259
 email: brescia@sace.it

FIRENZE
 tel. +39 055 536571
 email: firenze@sace.it

LUCCA
 tel. +39 0583 40071
 email: lucca@sace.it

MILANO
 tel. +39 02 434499701
 email: milano@sace.it

MODENA
 tel. +39 059 891240
 email: modena@sace.it

MONZA
 tel. +39 039 3638247
 email: monza@sace.it

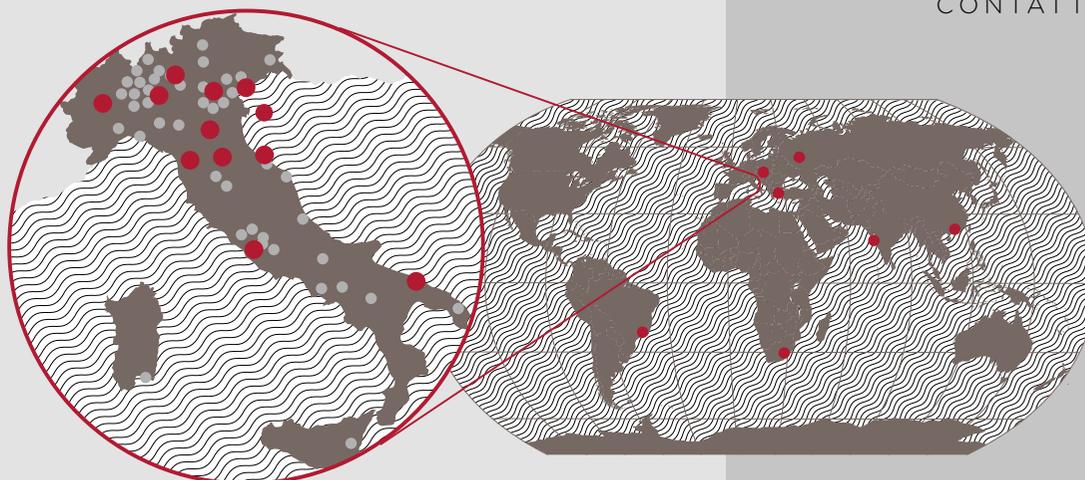
PESARO
 tel. +39 0721 383229
 email: pesaro@sace.it

ROMA
 tel. +39 06 6736309
 email: roma@sace.it

TORINO
 tel. +39 011 836128
 email: torino@sace.it

VENEZIA
 tel. +39 041 2905111
 email: venezia@sace.it

VERONA
 tel. +39 045 8099460
 email: verona@sace.it



● Sedi e uffici
 ● Agenzie (SACE BT)

SACE BT
 NUMERO VERDE 800 283382
 CUSTOMERSERVICE@
 SACEBT.IT

MILANO
 tel. +39 02 480411

MODENA
 tel. +39 059 891220

ROMA
 tel. +39 06 6976971

Per scoprire l'agenzia
 di SACE BT più vicina:
www.sacebt.it/contatti

SACE Fct
 INFO@SACEFCT.IT

MILANO
 tel. +39 02 4344991

MODENA
 tel. +39 059 891251

ROMA
 tel. +39 06 67361

NEL MONDO

BUCAREST
 tel. +40 21 2102183
 email: bucarest@sace.it

ISTANBUL
 tel. +90 212 2458430/1
 email: istanbul@sace.it

HONG KONG
 tel. +852 3620 2323
 email: hongkong@sace.it

JOHANNESBURG
 tel. +27 11 4635131
 email: johannesburg@sace.it

MOSCA
 tel. +7 495 2582155
 email: mosca@sace.it

MUMBAI
 tel. +91 22 43473473
 email: mumbai@sace.it

SAN PAOLO
 tel. +55 11 317 12138
 email: sanpaolo@sace.it

SACE è sempre più vicina alle imprese che vogliono crescere in Italia e nel mondo.

In Italia siamo presenti nelle regioni più industrializzate con sedi territoriali in grado di gestire l'intero processo di domanda ed emissione di coperture assicurative per attività di export e internazionalizzazione. I nostri servizi di assicurazione del credito e cauzione sono disponibili anche attraverso una rete di 51 agenzie e 121 broker dislocati su tutto il territorio nazionale. Le imprese che intendono spingersi verso mercati emergenti a elevato potenziale possono inoltre contare sugli uffici del nostro network internazionale e sull'esperienza maturata nell'analisi del rischio paese in oltre 30 anni di attività.

LE TUE ESIGENZE, LE NOSTRE SOLUZIONI

Esportare offrendo condizioni di pagamento vantaggiose
 Investire in Paesi ad alto rischio senza correre rischi
 Finanziare investimenti in attività di internazionalizzazione
 Proteggere il fatturato realizzato in Italia e all'estero
 Partecipare a gare in Italia e all'estero
 Trasformare i crediti in liquidità

- > Credito all'esportazione
- > Protezione degli investimenti
- > Garanzie finanziarie
- > Assicurazione del credito
- > Cauzioni e rischi della costruzione
- > Factoring

A TUTTI QUELLI CHE ANCORA PENSANO CHE SACE SUPPORTI SOLO LE GRANDI AZIENDE

HANNO ASSICURATO CON NOI IL LORO BUSINESS ALL'ESTERO

 € 0,8 mln Garanzia Confezionatrici per pasta 2012 Mozambico 	 € 0,8 mln Garanzia Macchine spremiagrumi automatiche 2012 India 	 € 1 mln Garanzia Impianto di frantumazione e vagliatura 2012 Kenya 	 € 1,5 mln Political Risk Insurance Produzione filo cucurino 2012 Egitto 	 FOSTER WHEELER € 19 mln Conferma Lettera di Credito Forni per raffineria di Rosneft 2012 Russia 
---	---	--	---	--

HANNO FINANZIATO CON NOI I LORO PROGETTI

 € 0,2 mln Garanzia Potenziamento controllata estera 2012 Brasile 	 € 4,3 mln Garanzia Impianto fotovoltaico 2012 Italia 	 € 10,2 mln Garanzia Impianto di recupero batterie 2012 Russia 	 USD 55,5 mln Garanzia Impianto di laminazione a Davao 2012 Filippine 	FINCANTIERI € 648,2 mln Garanzia Acquisto navi da crociera 2012 Bermuda 
--	--	---	--	--

HANNO PARTECIPATO CON NOI A GARE DI APPALTO

 € 2,2 mln Cauzione Parchi fotovoltaici 2012 Italia 	 € 3,8 mln Cauzione Costruzione banchina nel porto di Garuja 2012 Brasile 	 € 6 mln Cauzione Diritti doganali 2012 Italia 	 USD 8 mln Cauzione Costruzione della State Route 269 - Quincy Bypass 2012 USA 	 € 15,6 mln Cauzione Servizi e forniture per comunicazione interna 2012 Italia 
--	--	---	---	---

HANNO SMOBILIZZATO CON NOI I LORO CREDITI

 € 0,6 mln Factoring Acquisto crediti per ristrutturazione Palazzo del Podestà, Mantova 2012 Italia 	 € 11 mln Factoring Acquisto crediti nell'ambito di accordo Reverse Corporate 2012 Italia 	 € 20 mln Reverse Factoring Corporate Accordo a sostegno delle imprese fornitrici 2012 Italia 	 € 20 mln Reverse Factoring PA Accordo a sostegno delle PMI fornitrici 2012 Italia 	 ASSOCIAZIONE NAZIONALE COSTRUTTORI EDILI Factoring Accordo con ANCE Abruzzo, Emilia Romagna, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte e Toscana 2012 Italia 
--	--	--	---	---

Da oltre 30 anni aiutiamo più di 25.000 aziende a realizzare progetti di business in Italia e all'estero, assumendo rischi che altri non sono disposti a prendere.

SCOPRI LE OFFERTE **PMI NO-STOP** DEDICATE ALLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE

NUMERO VERDE 800 269 264
WWW.SACE.IT

 **SACE**
IL MADE IN ITALY NON SI FERMA MAI