

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica			
	Anie			
51	il Sole 24 Ore	19/12/2013	<i>ANIE CONFINDUSTRIA ACCELERA ALL'ESTERO (A.ger.)</i>	2
21	Libero Quotidiano	19/12/2013	<i>L'EXPORT DELLE AZIENDE ANIE SU DELL'1,8%</i>	3
27	Avvenire	19/12/2013	<i>ELETTRONICA, BOOM DELL'EXPORT (C.Merico)</i>	4

Open Day. Attività internazionali

Anie Confindustria accelera all'estero

■ Mercati lontani, sempre più lontani. È il presente e soprattutto il futuro di **Anie** Confindustria, la federazione che rappresenta l'industria elettrotecnica ed elettronica italiana. Nel primo Open day dedicato alle attività internazionali per il 2014, svoltosi ieri alla sede Ice di Milano, le imprese del settore hanno mostrato una volontà di spingere all'estero le proprie attività in maniera sempre più decisa attraverso strategie di internazionalizzazione (il 60% degli intervistati su un campione di Pmi). Medio Oriente, America

Latina e Nord Africa sono le macroaree potenzialmente più interessanti per le tecnologie dell'eccellenza "made in Italy": in queste zone, infatti, i principali motori di crescita continuano ad essere energia, trasporti e costruzioni.

Le strategie di internazionalizzazione di **Anie** per l'anno prossimo vedranno missioni in Russia (Ekaterinburg e Sverdlosk), in Cile e Perù nel primo semestre, mentre nel secondo si concentreranno in Medio Oriente, con destinazioni in Arabia Saudita, Oman e Qatar.

Tra gli associati, a fronte di un mercato interno che continua ad essere molto debole, si assiste a una crescente attenzione nei confronti di tutti gli strumenti in grado di permettere alle imprese di ampliare il numero dei mercati: accordi commerciali in loco, costituzione di joint venture e reti d'impresa internazionali, aperture di filiali commerciali estere o di uffici di rappresentanza e siti produttivi. Quest'anno l'export registrerà una crescita dell'1,8% rispetto al 2012, per un valore complessivo di circa 30 miliardi: «Aprirsi ai

mercati esteri - ha detto Andrea Maspero, vicepresidente **Anie** per l'internazionalizzazione durante l'intervento all'Open Day - comporta innanzitutto un importante ripensamento del portafoglio prodotti e della struttura aziendale, processo che in un momento di crisi impatta in misura rilevante sui margini. Il nuovo mercato? È il mondo intero: per esserci non basta più l'export, ma piuttosto diventa fondamentale possedere la capacità di interpretare mercati, domande e culture diverse».

A.Ger.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'ANIE

11

Associazioni

L'Anie rappresenta le imprese elettrotecniche ed elettroniche che operano in Italia. Riunisce comparti strategici dell'industria italiana, dall'energia ai cavi, dal ferroviario alle scale mobili

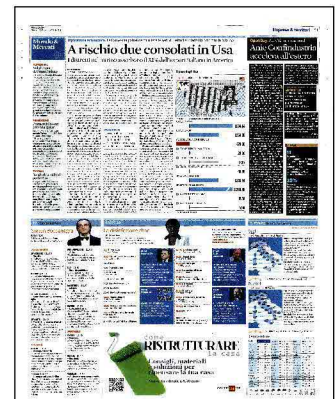
GLI OBIETTIVI

Medio Oriente, Nord Africa e America Latina sono le macroaree più interessanti per il «made in Italy»

25%

Laureati

Nelle società che aderiscono ad **Anie** si stima che i laureati rappresentino il 20-25% della forza lavoro totale con nuovi ingressi, registrati negli anni recenti, nell'ordine delle 3mila unità per anno. Dei 2mila laureati assunti nel 2013, il 70% possiede una laurea in ingegneria, spesso in elettronica e meccanica.



L'export delle aziende **Anie** su dell'1,8%

■ ■ ■ Le imprese italiane operanti nel settore elettronico ed elettrotecnico e aderenti a Confindustria **Anie**, prevedono di chiudere l'anno con un tasso di esportazione positivo. Nel 2012 l'export dei settori **ANIE** era pari a 29 miliardi di euro; nel 2013 la previsione è di chiudere con una crescita dell'1,8%. Nonostante le difficoltà che gravano sulle imprese, l'Italia mantiene una posizione rilevante nel ran-

king dei primi dieci esportatori mondiali di elettrotecnica ed elettronica, posizionandosi al quinto posto con un quota sul totale esportato del 5%. A fronte di una domanda interna sempre più debole, si assiste in questo momento a una crescente attenzione a tutti gli strumenti che possano ampliare il ventaglio dei mercati serviti, con l'obiettivo di abbattere i costi e migliorare l'efficienza organizzativa all'estero.



Elettronica, boom dell'export

CHIARA MERICO

MILANO

Per agganciare la ripresa le aziende italiane devono puntare sempre più sui mercati esteri: a fronte di una domanda interna sempre più debole, negli ultimi anni il canale estero ha permesso a settori strategici come quello dell'industria elettronica ed elettrotecnica di reggere l'urto della crisi. Delle prospettive del comparto si è discusso ieri a Milano, nel corso del primo Open Day Attività Internazionali 2014 di **Anie** Confindustria, la federazione di categoria.

I prodotti di elettronica ed elettrotecnica fanno parte delle eccellenze del *made in Italy*, sempre più richieste nel mondo: nel 2012

L'Anie: vendite all'estero pari a 29 miliardi, il 5% del totale mondiale

l'export di settore è stato pari a 29 miliardi di euro, e per il 2013 le stime parlano di una crescita dell'1,8%. Nonostante la crisi, l'Italia si colloca al quinto posto della classifica degli esportatori mondiali di elettrotecnica ed elettronica, con una quota del 5% sul totale globale delle esportazioni. «Il canale estero ha permesso alle aziende del settore di sopravvivere – ha sottolineato Maria Antoniet-

ta Portaluri, direttore generale di Anie –. Però è importante focalizzarsi sui Paesi che offrono le migliori opportunità e gli operatori, specie le aziende più piccole, per guardare ai mercati esteri devono fare sistema». Le Pmi associate ad **Anie** sembrano aver compreso la necessità di muoversi in questo senso: un'indagine condotta a campione rivela che il 60% delle piccole e medie aziende considera l'internazionalizzazione uno strumento imprescindibile per la conquista di nuovi mercati. «Il nuovo mercato è il mondo intero – ha ricordato il vicepresidente di **Anie**, Andrea Maspero –. Per esserci non basta più l'export, ma bisogna saper interpretare mercati, domande e culture diverse».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

