

Insieme per valorizzare il

Un'analisi sintetica dei mercati europei ed extraeuropei e dei principali fattori che ne influenzano l'andamento, con un occhio di riguardo per la situazione del nostro Paese: per le aziende italiane della filiera delle trasmissioni di potenza, è essenziale continuare a puntare sui mercati esteri e "fare rete" per mantenere la competitività.

di Paolo Ramadori

Il biennio 2015–2016 vedrà un incremento del Prodotto Interno Lordo (PIL) mondiale pari a circa 3.5% (+ 3.7% nel 2016). Il PIL dell'Unione Europea crescerà dell'1.7% (+ 2.1% nel 2016), mentre quello dell'Area Euro si attesterà sull'1.3% (+ 1.9% nel 2016). Traguardando l'orizzonte Mondiale da Est a Ovest, possiamo notare come al rallentamento della Cina ("solamente" +7% di crescita per i prossimi anni), risponderà la crescita dell'India (+ 4% su base annua), al di sotto delle aspetta-

ECONOMY

Promoting the "Made in Italy" Concept Through a Spirit of Togetherness

by Paolo Ramadori

An analytical overview of European and global markets and the main factors influencing performance, with a special look at Italy's situation: for Italian companies operating in the power transmission sector, it is crucial to forge ahead into foreign markets and create "networks" in order to stay competitive.

The 2015–2016 period will see global GDP grow by around 3.5% (+ 3.7% in 2016).

European GDP will increase by 1.7% (+ 2.1% in 2016), with the Eurozone expecting 1.3% (+ 1.9% in 2016) growth.

Looking globally from East to West, there are signs of a slow-down in China (registering "only" 7% growth in the coming years) with India at + 4% on this time last year, well below the pre-election expectations. South East Asia, on the other hand, is producing phenomenal results (Malaysia, Indonesia, Thailand, etc.) with figures

of + 10% year on year, similar to those of China in its golden period.

Europe, meanwhile, will go on registering low levels of growth, with significant differences between the northern countries and their southern counterparts. The only exceptions will be the automotive area where growth will be equal in all vehicle manufacturing states (cars, commercial vehicles, urban transport vehicles). We will also see marked differences between North and South America, with the North (USA and Canada) registering growth, while the

South will stagnate or even fall into recession, with Brazil and Argentina at the forefront of this trend.

The political situation is clearly in constant evolution; there are tensions between north and east (Russia and the Ukraine) and war on the south-east axis (Middle East and North Africa) and south and east (Africa). These contexts can make business volumes in the power transmission, mechanics and mechatronics sectors difficult to foresee. Today's Europe is experiencing a phase in its history quite unlike anything we have seen in recent times: a significant reduction in oil prices; a weakening of the Euro against the US Dollar; positive effects of the European central Bank's quantitative easing program, with

ECONOMIA

nella storia recente: riduzione significativa del prezzo del petrolio; indebolimento dell'Euro nei confronti del Dollaro USA; effetti benefici del *quantitative easing* della Banca centrale Europea; bassi tassi d'interesse per i cittadini e per le aziende.

Questi fattori offrono e offriranno alle aziende europee una leva competitiva importante per operare sui mercati globali.

In Italia, in aggiunta a ciò, sono state emanate riforme importanti per il mercato del lavoro e, ancor di più, per la "certezza del diritto": questo consentirà al sistema Paese di guadagnare competitività ed attrattività per gli investitori esteri, dando quindi la possibilità alle imprese del settore di "aumentare i giri del motore" per conquistare nuovi spazi nei mercati mondiali.

Gli andamenti dei mercati più importanti per le trasmissioni meccaniche

In particolare, il mercato globale dell'Automotive sta attraversando un momento di grande dinamismo; dopo qualche anno di quiete (Cina esclusa), le aziende che operano nel settore vedranno crescere i fatturati sia in quantità (aumento dei volumi), sia in qualità (nuovi prodotti per veicoli elettrici e/o ibridi). Certamente un grande beneficio verrà dalla crescente urbanizzazione, con la conseguente richiesta di mobilità privata e pubblica.

Il mercato agricolo globale invece, dopo anni di crescita continua, è entrato in una fase di stagnazione. Questo fatto è legato a una combinazione infelice di fattori: il crollo del prezzo dei prodotti agricoli (mais, soia, grano, ecc.) e la contemporanea presenza sul mercato mondiale di un grande quantitativo di veicoli invenduti (produzione degli anni 2012-2014 non totalmente assorbita).

Sebbene nel breve periodo questo genererà delle difficoltà per le aziende (OEMs e loro fornitori), nel medio/lungo periodo l'agricoltura ha certamente i fondamentali corretti per essere un settore trainante a livello globale. A conferma di ciò, basta osservare i trend di crescita della popolazione: + 3 miliardi di persone entro il 2050!

I mercati dei veicoli da costruzione e da miniera, così come quelli legati al mondo petrolifero, continueranno a soffrire di una profonda instabilità associata alle differenti situazioni regionali e a fenomeni macro-politici, dove le aziende del settore avranno un campo d'influenza molto limitato.

È importante sfruttare al meglio i mercati esteri e "fare rete"

In conclusione possiamo dire con certezza che tutte le aziende italiane della filiera delle trasmissioni di potenza, della meccanica e della mecatronica hanno grandi potenzialità da sfruttare soprattutto a livello extra Europeo.

Il presupposto per garantire il successo dell'industria nazionale sarà sempre più la capacità di "fare rete" (fedeli al motto "Grande è Bello - GeB") e conquistare nuovi spazi di mercato attraverso prodotti sempre più integrati che generino valore per i Clienti e per le imprese di filiera.

Questo è il campo dove Assiot, in sinergia con Anie Automazione e Assofluid, possono offrire un contributo importante a un settore che vanta "campioni mondiali" nel proprio business di riferimento.

Insieme per valorizzare il Made in Italy: questa deve essere la mission delle aziende italiane! ●

Paolo Ramadori è Presidente e CEO di Oerlikon Graziano Group.