

BACK RESHORING

Cina ti lascio, ritorno in Italia

L'industria manifatturiera sta vivendo un nuovo cambiamento: da un lato il fenomeno del back reshoring, ovvero il rientro delle produzioni delocalizzate, dall'altro il rafforzamento della cultura dell'eccellenza e dell'alta qualità.

■ di Giulia Gorgazzi

■ di Giulia Gorgazzi

Vogliamo mantenere la cultura industriale in Italia? Fino a qualche tempo fa erano in pochi a porsi questa domanda. Erano soprattutto quegli imprenditori decisi a non cedere alla tentazione di trasferire la produzione nei Paesi in via di sviluppo, nonostante la crisi e i costi crescenti. Ora le cose (forse) stanno cambiando. Le aziende, e con esse le istituzioni, si sono rese conto che un'economia basata sul terziario non funziona, che il Paese ha bisogno dell'industria, e nello specifico della manifattura, per crescere. Il fenomeno del back reshoring sta cambiando nuovamente il volto dell'industria italiana. L'Italia è il secondo Paese nel mondo per rimpa-tri produttivi dopo gli Stati Uniti. Questo è uno dei dati più significativi della ricerca realizzata dalla Federazione delle Imprese Elettrotecniche ed Elettroniche ANIE Confindustria con il contributo di Luciano Fratocchi, professore di Ingegneria economico-gestionale all'Università de L'Aquila e por-

tavoce del gruppo di ricerca Uni-Club MoRe Back Reshoring. In questi anni le imprese hanno intrapreso movimenti di multilocalizzazione prevalentemente verso la Cina e l'Est Europa, a causa della vicinanza al mercato finale, il minore costo totale della produzione e della forza lavoro, oltre alla presenza di regimi fiscali agevolati. Eppure ora molte stanno tornando indietro ma, come ammonisce ANIE, le imprese che decidono di riportare la produzione in Italia non devono essere lasciate sole: «Con poche e mirate mosse - commenta il presidente dell'associazione Claudio Andrea Gemme - si potrebbe creare un contesto favorevole al ritorno delle attività produttive nel nostro Paese. Ad esempio, puntando a una riduzione della burocrazia e del cuneo fiscale si renderebbe meno gravosa l'incidenza degli oneri per le imprese italiane. Un altro fardello che l'Italia si trascina è quello della scarsa innovazione: tra tutti i paesi ad alta industrializzazione, noi siamo i penultimi per domande di registrazione presentate all'Ufficio europeo dei brevetti. Occorrerebbe detassare gli utili reinvestiti in Ricerca & Sviluppo

e ripensare il sistema della ricerca, potenziando forme di collaborazione tra il settore pubblico e il privato. In questo contesto, dovrebbero fare la loro parte soprattutto le aziende a partecipazione pubblica, che sono le leve di sviluppo degli asset industriali strategici».

L'innovazione quindi riveste un ruolo fondamentale nel processo di re-industrializzazione. E le aziende ANIE sono attive in questo ambito: il 60% del campione investe in R&S più del 2% del fatturato totale, mentre il 40% arriva addirittura al 4% del fatturato. Ma la strada non è facile. Per il 43% delle aziende in totale, e il 75% di quelle che hanno attuato il back reshoring, la mancanza di fonti di finanziamento è il primo ostacolo, seguito dal costo elevato dell'innovazione e dalla mancanza di risorse interne, citati dal 40% delle imprese. La parola re-industrializzazione non circola solo in Italia, ma anche in Europa. Per portare al 20% del PIL il valore dell'industria manifatturiera entro il 2020, è necessario mettere la competitività industriale al centro delle politiche dei Paesi membri. Con l'adozione del nuovo quadro finanzia-

rio per il 2014-2020, la Commissione Europea ha messo disposizione delle regioni cento miliardi di euro di Fondi Strutturali e di Investimento per finanziare le imprese e le PMI nella cosiddetta specializzazione intelligente, che comprende i prodotti manifatturieri avanzati. Altri 80 miliardi di euro sono stanziati dal programma Orizzonte 2020. Ma come si scontrano queste iniziative con la realtà aziendale italiana? «Le strategie di finanziamento proposte dalla UE sono un aiuto concreto per migliorare la nostra industria e renderla sempre più competitiva, ma sfruttare a pieno queste pos-

sibilità è difficile per molte PMI, sia perché non si conoscono mai completamente le opportunità, sia perché spesso i progetti non sono abbastanza strutturati e ambiziosi - sottolinea Gemme -. Nel nostro Paese l'accesso ai fondi dedicati resta difficile: se si guarda ai numeri del VII Programma Quadro Europeo non si può non notare che l'Italia ha impegnato solo il 40% delle risorse disponibili, piazzandosi al 26° posto sui 27 stati dell'Ue per capacità di spesa». Per questo ANIE ha istituito lo Sportello Ricerca, uno stru-

mento a disposizione di tutte le aziende associate in tema di finanziamento alla R&S, in ambito nazionale e

internazionale, che offre la possibilità di far esaminare una proposta progettuale originale perché sia va-

lutata nella sua fattibilità e nelle possibilità di finanziamento. «Un'occasione unica - conclude Gemme - consi-

derato che per la ricerca e lo sviluppo la quota di contribuzione di Bruxelles può arrivare fino al 100% dei costi ammissibili e al 70% per l'innovazione». ■

Il rientro della produzione: il distretto di Prato

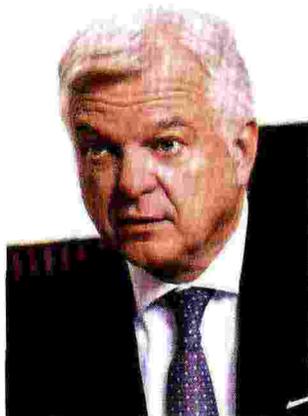
Di delocalizzazione la provincia di Prato ne sa qualcosa. Storico distretto dell'industria tessile, che ospitava le più belle fabbriche di tessuti e filati, ha visto da un lato partire le aziende italiane, dall'altro arrivare numerose aziende cinesi di pronto moda che sfornano capi a prezzi stracciati. Ma qualcosa sta cambiando. «Il fenomeno della delocalizzazione si sta arrestando - commenta Andrea Cavicchi, presidente dell'Unione Industriale Pratese -. Stiamo assistendo a un leggero rientro delle produzioni, soprattutto nell'ambito della confezione. Non siamo ancora in possesso di dati precisi, ma sulla base degli andamenti dei settori, potremmo dire intorno al 10-15%. Il fenomeno è lento, anche perché è difficile reimpiantare le produzioni, soprattutto dove è avvenuta una de-industrializzazione». Tra le cause del rientro delle produzioni la ricerca di una qualità garantita, ma anche di un migliore servizio al cliente: «Oggi i volumi sono minori, ma i riassortimenti sono frequenti, quindi c'è bisogno di una capacità di produzione veloce e sicura. Naturalmente questo fenomeno interessa soprattutto le aziende che offrono un prodotto controllato e di alta qualità. Sarà difficile che rientrino i prodotti low cost. I grandi volumi sono ancora all'estero: Cina, Bangladesh, Vietnam e Pakistan. Stanno tornando le collezioni alte e ricercate con un marchio fortemente improntato sul made in Italy, in cui è richiesta la tracciabilità del prodotto, con un prezzo finale che la giustifica». Proprio la tracciabilità potrebbe essere la chiave per incentivare il rientro delle produzioni, come prosegue Cavicchi: «Se le aziende sono obbligate a riportare le varie fasi di lavorazione, con tutti i paesi, vengono spinte a fare rientrare certe produzioni per avere un valore aggiunto e mantenere un certo livello di brand. Al momento non c'è una grande tutela a livello europeo, né al controllo delle dogane, né sui prodotti». Ma non è solo un fatto di dogane e istituzioni: «Le imprese dovrebbero sollecitare i clienti a evidenziare la tracciabilità dei prodotti per porre in evidenza tutte le azioni di subfornitura». A livello nazionale, al primo posto per favorire il rientro delle produzioni c'è sempre la riduzione della pressione fiscale: «Nella manifattura il problema principale è l'incidenza del costo dell'energia elettrica e del gas e la manodopera. Confindustria sta sollecitando il governo su azioni concrete per diminuire la tassazione su queste voci. Il manifatturiero si basa sulle persone e l'incidenza dalla manodopera è fondamentale» conclude il presidente.



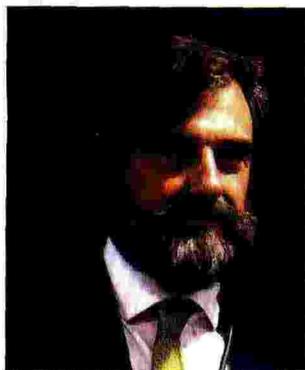
Le cause del rientro

Est Europa e Cina (rispettivamente il 38,5% e 30,8% dei casi) sono le aree geografiche da cui si ritorna di più, per un fenomeno che interessa per il 40% le piccole e medie imprese. Tra le motivazioni più rilevanti per il rientro:

- il minore controllo della qualità della produzione all'estero ("molto rilevante" per un terzo delle aziende intervistate)
- la necessità di vicinanza ai centri italiani di R&S (25%)
- i maggiori costi della logistica (22%).



Claudio Andrea Gemme, Presidente di ANIE Confindustria



Andrea Cavicchi, presidente dell'Unione Industriale Pratese



TESTIMONIANZE

Evar, acquistare e produrre all'estero

Sede a Carpi (MO), una decina di dipendenti e un milione di fatturato, Evar progetta e produce stampi per tutti i settori di produzione industriale: automotive, biomedicale, agricolo, alimentare, imballaggio. Ha iniziato a usare fornitori cinesi qualche anno fa su richiesta di alcuni clienti che avevano l'esigenza di comprare degli stampi a un costo inferiore rispetto a quello italiano: "Noi offriamo il supporto tecnico per valutare gli acquisti all'estero. In poche parole, realizziamo un service diverso in cui troviamo il fornitore e garantiamo la manutenzione e il buon esito" spiega uno dei soci Roberto Zani. Ma quanto si risparmia comprando uno stampo in Cina? "Il vantaggio economico dipende dalla base di mercato alla quale ci rivolgiamo: dal 70 al 30%. Noi abbiamo cercato una qualità europea, quindi il risparmio si attesta intorno al 25%, ma dipende anche dalla tipologia e delle dimensioni. Il costo del materiale, e quindi le dimensioni, incide molto. Più aumenta la dimensione dello stampo, più il vantaggio si riduce. Più è complesso lo stampo, più è conveniente". Per trovare fornitori cinesi affidabili, Evar ha valutato una decina di produttori, attraverso verifiche tecniche, esperimenti e test su stampi già importati. Un processo che è durato un paio d'anni. "Non avevamo fretta. Sapevamo di esporci a rischio di ordinare un'attrezzatura da rifare o pagare un'attrezzatura che non sarebbe mai arrivata. Abbiamo cercato referenze e garanzie" prosegue Zani. L'esperienza è stata positiva: "Dal punto di vista tecnico i cinesi non hanno grandi gap. Comprano le macchine e formano il personale in

Europa". L'importazione dalla Cina ha un peso moderato all'interno del business dell'azienda: "L'anno scorso ha rappresentato il 10% il fatturato, e in ogni caso non vogliamo superare il 15-20%, anche perché impegna delle risorse. Nel frattempo ci stiamo collocando in una fascia di mercato più alta, così il costo diventa meno importante della performance. Stiamo investendo su collaborazioni esterne con aziende concorrenti in Europa e in Italia". Evar è tra i promotori di una rete di imprese nel settore degli stampi che verrà formalizzata a breve: "Abbiamo già realizzato delle collaborazioni e iniziamo a vedere i primi risultati. Nel nostro contesto non è possibile effettuare una pianificazione. Se mettiamo in condivisione le attrezzature, oltre alla conoscenza, possiamo avere maggiore continuità di saturazione degli impianti. C'è stato un processo di maturazione della nostra mentalità: non vediamo più il nostro concorrente come competitor, ma come partner".

La Punta, terzisti sì ma solo in Italia

Nella provincia di Modena, La Punta produce cablaggi elettrici di primo equipaggiamento per il settore automotive, con clienti del calibro di Ferrari Corse, Ducati Corse, Ducati, Ferrari Produzione, KTM e Maserati. L'azienda ha fatto un esperimento di produzione all'estero con un terzista in Romania per Ducati, come racconta il direttore generale Salvatore Florindo: "È stata un'esperienza terribile e nel giro di sette-otto mesi abbiamo riportato tutto in Italia. Finché eravamo sul posto, il lavoro procedeva, ma quando abbiamo mollato la presa,

sono emersi molti problemi: venivano consegnati prodotti da sistemare o non venivano consegnati affatto. Affidarsi ai terzisti è fondamentale, ma li possiamo gestire solo in Italia. Ne abbiamo uno a Caserta, uno a Potenza, due nella provincia di Modena, di cui uno a un chilometro e mezzo dalla nostra sede". La Punta infatti deve garantire un servizio di altissima qualità, veloce e tempestivo, oltre a sostenere programmi che cambiano ogni giorno e a lavorare su vetture completamente diverse una dall'altra: "Non abbiamo la possibilità di portare la produzione all'estero, né per i numeri, né per tempi logistici. I nostri volumi sono piccoli: Ferrari fa 8mila vetture in cinque modelli diversi con un tempo di quattro o cinque settimane per l'approvvigionamento materiale e la preparazione dei lotti, quando ci vorrebbero sei settimane solo per fare arrivare i prodotti dalla Cina". Tempestività e alta qualità delle lavorazioni sono la chiave per mantenere i propri clienti o farli rientrare: "Dopo tre o quattro anni di sofferenza, negli ultimi due anni la strategia di restare in Italia si sta rivelando una strategia vincente: alcuni clienti che avevano fatto scelte diverse stanno tornando indietro. L'anno scorso siamo cresciuti del 20% fatturando 7,8 milioni di cablaggi, anche quest'anno stiamo viaggiando sul 20% e dovremmo superare i 9 milioni. Se c'è un certo volume, può convenire andare in Cina, India, Romania o nei paesi del Nord Africa. Per esempio, un cliente che aveva scelto un fornitore cinese ci ha ricontattato dicendo di non avere più i numeri per gestire i tempi dalla Cina. Se non hai i numeri, quello che guadagni in manodopera, lo perdi nei viaggi" conclude Florindo.