

Industria. Nei primi dieci mesi del 2012 il settore ha registrato una flessione superiore al 2% Frena l'export di elettronica ed elettrotecnica

Enrico Netti

Segni di cedimento anche dall'export. È l'allarme che arriva da **Anie**, la federazione delle imprese elettrotecniche ed elettroniche. «Nonostante il rimbalzo positivo dell'elettrotecnica a ottobre, non si era mai visto un calo dei volumi come negli ultimi tempi - sottolinea il presidente Claudio Andrea Gemme -. All'estero non si riescono a conquistare grandi spazi, i contractor e le società di ingegneria quando siglano i contratti sono di fatto obbligati ad associarsi con fornitori internazionali per essere competitivi».

Il settore, in cui operano oltre 1.200 imprese con circa 450mila dipendenti e un fatturato aggregato di 73 miliardi, di cui oltre 28 realizzati all'estero, affronta così un momento critico. Nei primi dieci mesi del 2012 l'elettrotecnica ha registrato un calo dell'export del 2,2% e l'elettronica del 2,3% contro una media del manifatturiero che invece segna un +4,4 per cento.

«Negli ultimi mesi abbiamo registrato un rallentamento degli ordinativi esteri a cui puntavamo - conferma Giampiero Schiavoni, presidente della Imesa, Pmi specializzata nelle costruzioni elettromeccaniche -. In Iraq, per esempio, oltre alle difficoltà a operare ci sono i tempi lunghi, con trattative per le forniture destinate ai campi petroliferi che arrivano a due-tre anni». E l'eccesso di offerta sta scatenando una guerra dei prezzi nelle forniture. «Nelle gare ci scontriamo con i fornitori coreani, che riescono a fare dei prezzi da dumping - aggiunge Schiavoni -. Sono competitor difficili da battere, perché ai prezzi bassi riescono ad aggiungere buone tecnologie».

«Ormai si vince con il prezzo più basso», conferma Paolo Costa, export manager della Ghisalba, Pmi torinese con un giro d'affari di poco superiore ai 7 milioni che produce elementi di elettromeccanica per le medie e grandi potenze e il fotovoltaico. Confermato anche il leggero calo delle esportazioni «a causa di una riduzione dei volu-

mi d'acquisto». Con 50 dipendenti e il 50% di ricavi realizzati all'estero il management della Ghisalba ha deciso di puntare sui prodotti di nicchia realizzati secondo le richieste dei clienti. Non manca, però, una nota positiva. «Diversamente dai competitor del Far East la fortuna delle aziende europee è nella capacità di gestire i rapporti commerciali in modo corretto - sottolinea Costa -. Altri produttori sono presenti in tutto il mondo con prezzi da dumping impossibili per noi».

La via dell'internazionalizzazione è percorsa dai due terzi delle Pmi associate all'**Anie**, secondo l'ultima indagine aggiornata al primo semestre 2012. Una via che fa leva su un mix di strategie: in poco più del 50% dei casi si punta sulle esportazioni, spesso abbinata (35% dei casi) alla stipula di accordi commerciali con partner locali. Non manca poi chi opta per l'apertura di filiali e sigla accordi di *joint venture*. In un terzo dei casi le strategie attuate dalle Pmi puntano all'area della Ue a 15, al Medio Oriente e al Sudamerica. Non manca poi chi opera a lungo raggio, raggiungendo i mercati dell'Estremo Oriente, dell'Australia e dell'Asia centrale.

Preoccupano le prospettive per il nuovo anno. «Sarà un 2013 da trincea, ma abbiamo una serie di opportunità legate a prodotti innovativi che se si realizzano potrebbero farci fare una buona annata - premette Costa -. Purtroppo l'Europa è colpita dalla crisi, con molti mercati ancora in grande difficoltà».

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

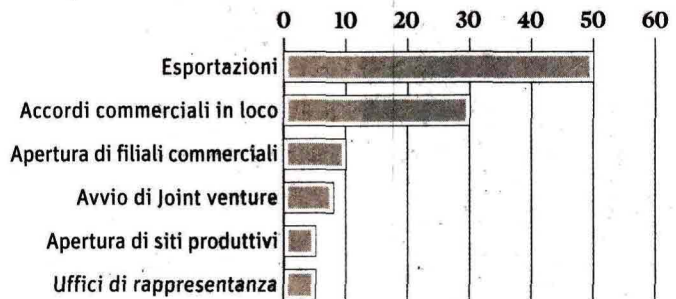
L'ALLARME

Gemme (presidente **Anie**): «Nonostante un rimbalzo positivo a ottobre, non si era mai visto un calo dei volumi come negli ultimi tempi»

Le vie dell'internazionalizzazione

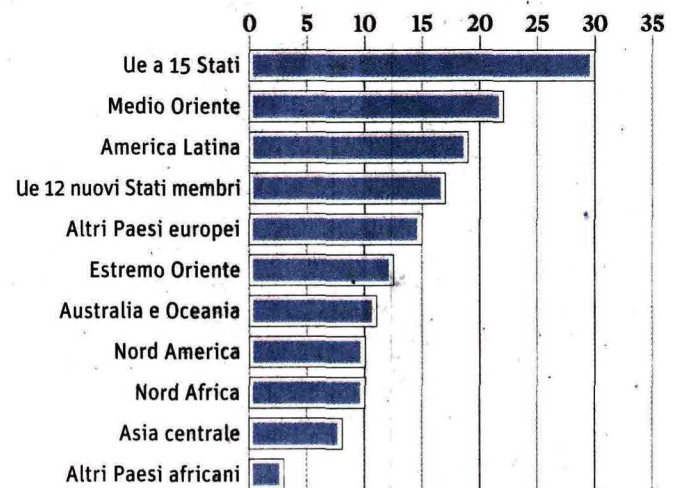
DAGLI ACCORDI ALLE JOINT VENTURE

Le strategie utilizzate. Risposte multiple in percentuale



MERCATI CHIAVE

I Paesi in cui si esporta. risposte multiple in percentuale



Fonte: Indagine semestrale per le Pmi di **Anie**

