www.gruppobpc.com

# L'INDUSTRIA DELLA MECCANICA

## RUSSIA 2014

GruppoBPC International

GRUPPOBPC International

## 1. IL MERCATO ITALIANO DELLA MECCANICA

L'industria meccanica italiana conta circa **60 mila aziende**, per un totale di 1,6 milioni di addetti, e include al suo interno comparti e produzioni molto differenti tra loro. Tra queste aziende, soltanto un numero contenuto, pari a 2400 unità, supera i 100 addetti.[1] **Nel 2013 il mercato Italiano della meccanica** (così come rappresentato da Anima**) valeva 39,8 miliardi di euro**, l'1,1% in meno rispetto all'anno precedente. Tale contrazione ha avuto origine in seguito ad un calo del mercato domestico mentre le esportazioni hanno mantenuto durante l'anno un trend positivo. Alla fine dell'anno **l'incremento delle esportazioni** meccaniche del Made in Italy **è stato del 1,2%, per un valore complessivo di 24 miliardi di euro** (il 58% del valore dell'intera produzione nazionale)[2]. Nonostante la contrazione interna, i livelli di occupazione sia come consuntivo 2013 che come previsioni 2014 mantengono una sostanziale stabilità.

I mercati di sbocco principali dei prodotti della meccanica Italiana sono stati i paesi dell'Unione Europea e l'Asia. In termini generali si assiste ad un **progressivo affiancamento dei mercati emergenti** a quelli tradizionali quali Francia e Germania. Queste realtà in via di sviluppo, diversamente da quanto sta accadendo al mercato domestico, stanno attraversando un periodo di espansione e sembrano apprezzare le tecnologie e i prodotti del Bel Paese.

Nel 2013, ad esempio, **la domanda di meccanica Italiana della Federazione Russa**, **dell'Algeria, della Corea del Sud e dell'Australia** è aumentata notevolmente e le importazioni nello stesso periodo sono cresciute rispettivamente del **+30%, +37%, +39% e del +107%.** Tra questi dati, quello più rilevante è quello relativo alla continua crescita del mercato Russo, considerato che le esportazioni di meccanica si attestano da numerosi anni a livelli elevati.[3] A livello macro, rispetto al 2012, l'export della meccanica italiana mostra un andamento in crescita verso l'Africa (+18,4%), l'Asia (+7,6%), l'America del Nord (+5,1%) e l'America del Centro-Sud (+5%) e l'Oceania (+41,6%), mentre **l'Europa si distingue per il segno negativo (-2,9%).**

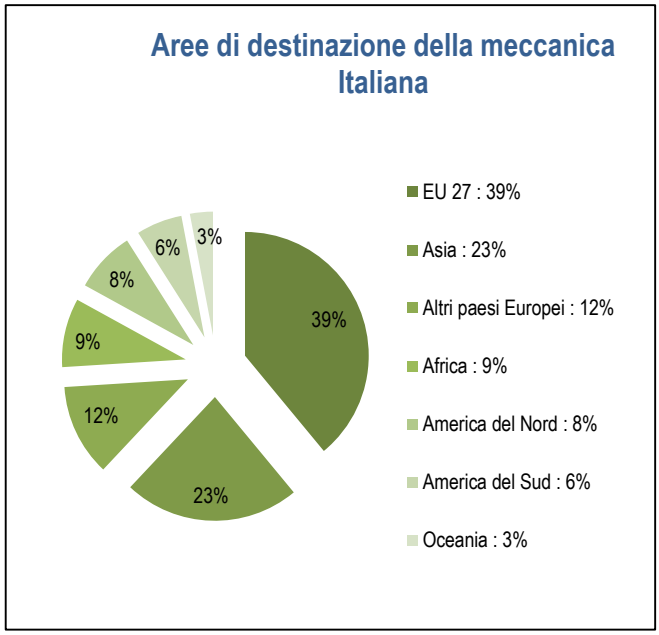



*Figura 1. Suddivisione della produzione italiana per area di destinazione (anno 2013)*

Seguendo la suddivisione dell'industria così come effettuata da Anima, la federazione delle *Associazioni Nazionali dell'Industria Meccanica varia e affine*, si profilano **sei macro-comparti** afferenti a tecnologie, impianti e produzioni per: **l'Energia, la Movimentazione e la Logistica, l'Alimentare, la Sicurezza e l'Ambiente, l'Edilizia e l'Industria**.

A conferma che le esportazioni sono il driver principale della meccanica Italiana, ogni macro-comparto presenta un incremento delle esportazioni nel 2013 e nelle previsioni 2014: "energia" (+0,6%) e (+2,2%), "logistica" (+3,5%) e (+1,5%), "alimentare" (+0,3%) e (+1,3%), "industria" (+2,9%) e (+2,1%), "edilizia" (+1,4%) e (+0,7%). Solamente il comparto della "sicurezza e ambiente" mostra segno negativo sia nel 2013 (-0,7%) che nelle previsioni 2014 (-0,6%).

[1] KPMG: Proposte per l'internazionalizzazione dell'economia italiana
[2] ANIMA
[3] Elaborazione Uffici studi Anima sui dati dell'Istat del 2013

L'umore degli attori del settore, così come registrato in occasione del MECSPE, la fiera punto di riferimento per il comparto, si contraddistingue per un diffuso ottimismo. Sono **positive le attese sul fatturato** 2014, con solo il 7,7% degli operatori che prevede un peggioramento della propria situazione finanziaria. Fiducia è anche riservata all'andamento generale del mercato, con una **crescita prevista per il 2014** del **1% della produzione** e del **1,5% dell'export**.[4]

## 2. IL MERCATO RUSSO DELLA MECCANICA

La Federazione Russa è uno dei principali fornitori di energia al mondo e, avendo per lungo tempo basato la sua economia su questa ricchezza energetica, ha ancora una base industriale ed un settore primario relativamente arretrati, specie se paragonata alle più sviluppate economie mondiali. L'Italia, di contro, non dispone di materie prime che è costretta ad importare, ma si caratterizza per un panorama industriale manifatturiero assai vasto. Questa perfetta complementarietà di risorse ha reso i due paesi partner economici e commerciali per lunghi anni, come dimostrano non solo la bilancia commerciale ma anche le numerose joint ventures.

Con riferimento alla bilancia commerciale e con un focus sulle esportazioni di meccanica verso la Russia, emerge chiaramente l'aumento registratosi negli ultimi quattro anni, dopo il calo del 2010. **Le esportazioni di meccanica verso la Russia** si sono chiuse **nel 2013 con un +30%** rispetto all'anno precedente e hanno sfiorato i **4,2 miliardi di euro.**

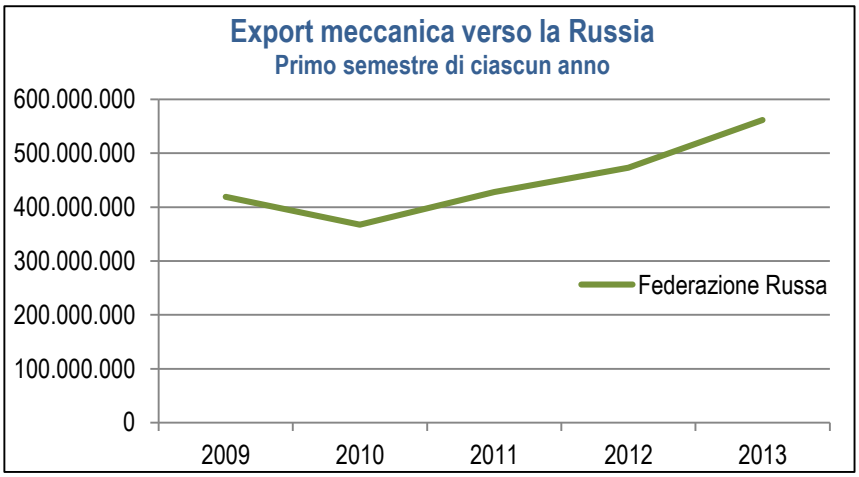



*Figura 2. Export al primo semestre di ciascun anno (valori in Euro)*

La crescita attestata negli ultimi anni non è tuttavia destinata ad arrestarsi: il mercato Russo presenta tuttora interessanti opportunità in tutti i settori della meccanica. In primis, **la meccanica locale non sembra ancora all'altezza di quella dei competitors stranieri**. Inoltre non destano preoccupazioni i piani Russi di supporto alle produzioni sostitutive delle importazioni, che per questioni di fattibilità economica potranno riguardare esclusivamente il complesso dell'industria pesante nei settori dell'energia, dei mezzi di trasporto e delle forniture militari. Infine **gli stimoli per un'espansione ulteriore derivano dagli interventi di rinnovamento e di aggiornamento tecnologico** che verranno messi in atto in seguito al perseguimento **dei programmi governativi di ammodernamento e di rinnovamento dell'industria manifatturiera nazionale.**

Con riferimento al mercato Russo, in termini di operatività, gli elementi che gli attori italiani ritengono altamente critici riguardano la presenza di reti di supporto tecnico che siano dinamiche e l'efficienza dei flussi di ricambi, accessori e componenti. Nel futuro, ci si attende e si spera in una semplificazione degli oneri certificativi delle attrezzature industriali, grazie ad una progressiva applicazione degli accordi di adesione della Russia al WTO. La gravosità di questi ha rappresentato per lungo tempo un elemento di resistenza all'ingresso. Infine, la concorrenza più pesante che le gli operatori italiani saranno chiamati a fronteggiare sarà da un lato quella dei paesi ad alta tecnologia, con la Germania in testa, e dall'altro quella di paesi emergenti come la Turchia e la Cina.

[4] Anima

## 3. TREND DI CONSUMO NELL'INDUSTRIA RUSSA DELLA MECCANICA.

È possibile analizzare l'industria in maniera più dettagliata, suddividendo le esportazioni verso la Russia per settore. Il grafico qui riportato esclude un valore pari al 1.419 milioni di euro classificato da Ice come "Altro".[5]

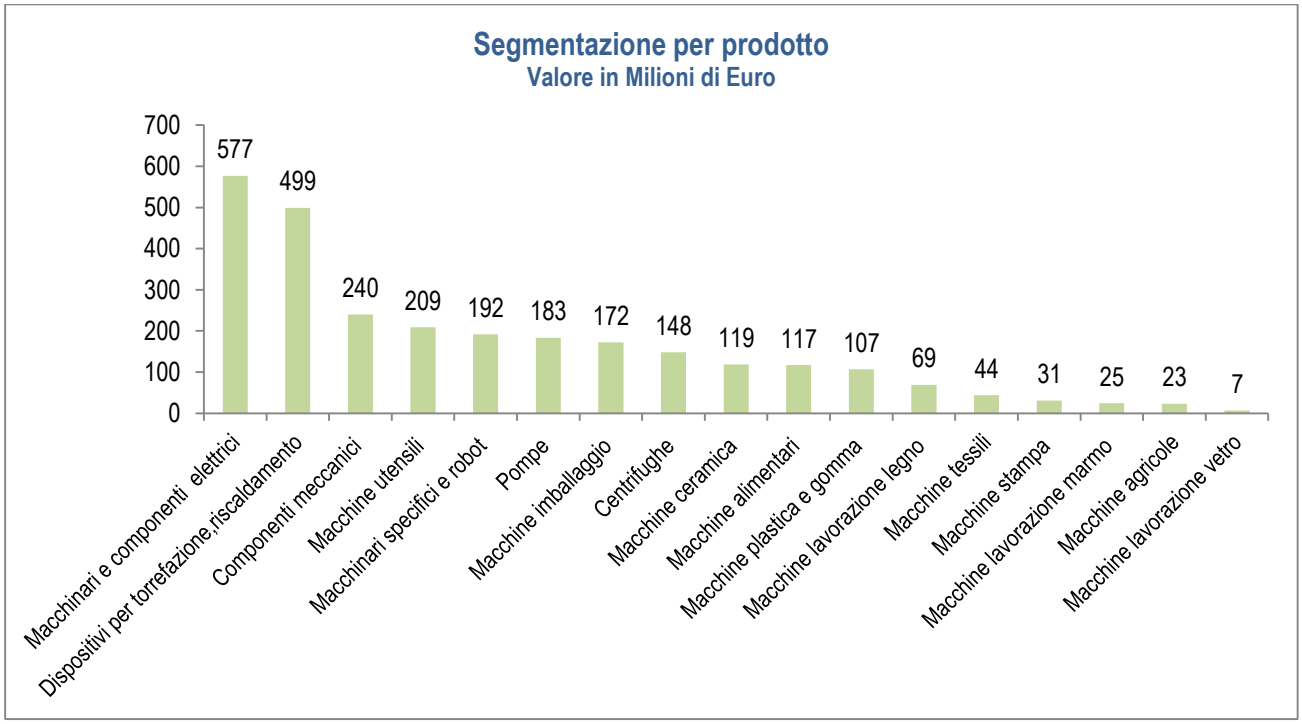



*Figura 3. Ripartizione delle principali categorie di prodotto esportate in Russia nel 2013*

Una considerazione separata merita il mercato delle macchine alimentari e dell'imballaggio. Le aziende italiane sono chiamate ad operare in un mercato, quello Russo, caratterizzato da una considerevole crescita della domanda e, soprattutto, da aspettative sempre più alte riguardo alla qualità.

Nel primo caso ciò che emerge è che le aziende alimentari Russe stanno investendo ampiamente nell'acquisto di soluzioni tecnologicamente avanzate complete. In conseguenza di ciò, si è assistito, secondo l'ICE, ad una **crescita della quota di mercato** dei produttori Italiani nel mercato Russo delle **macchine per l'industria alimentare,** che **ha raggiunto il 9,5% crescendo del 17,5% nel primo semestre del 2013**.[6]
Nel caso delle apparecchiature da imballaggio, gli ultimi dati disponibili relativi all'export italiano nel periodo Gennaio-Luglio 2013 confermano la posizione di rilievo assunta dall'Italia: **il 27% delle macchine packaging in Russia sono italiane**. Al raggiungimento di questo traguardo ha contribuito la crescita nella domanda di mercato nei segmenti del converting e della stampa su imballaggio, alla cui base vi è il varo delle nuove norme sull'etichettatura e l'identificazione dei prodotti.

Nel futuro, i produttori Italiani troveranno grandi opportunità all'interno del comparto nella sua interezza, ed in particolare oltre che nel già menzionato comparto alimentare, anche nell'idrotermosanitario e nella produzione di macchine tessili. Contestualmente, ci si attende una rinnovata vitalità dei tradizionali settori metalmeccanico, petrolchimico e, a valle di quest'ultimo, della produzione di articoli e materiali in plastica e gomma. **Grande interesse**, in tempi recentissimi **ha suscitato l'industria delle apparecchiature elettroniche ed in particolare di quelle medicali e ospedaliere**: si tratta di un settore relativamente emergente e dalle **grandi prospettive di crescita**, ancora poco rappresentato rispetto alla

[5] ICE
[6] ICE

totalità delle esportazioni nazionali. Gli elevati ritmi di crescita e le prospettive di medio termine interessanti trovano fondamento nel rapido sviluppo dei servizi sanitari su base commerciale nelle principali città Russe e nel percorso graduale, ma non meno incisivo, di riorganizzazione e valorizzazione del sistema sanitario pubblico.

## 4. CANALI DI VENDITA

L'indagine relativa ai canali di selezione dei partner commerciali Russi ci indica quanto segue:

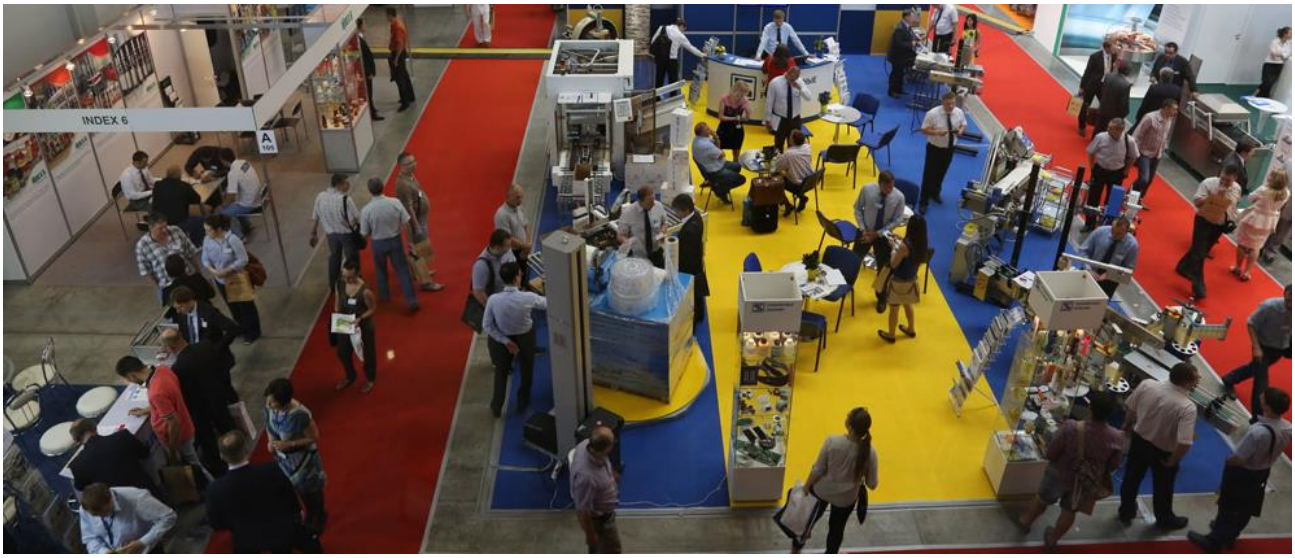
• **Internet è il canale di ricerca preliminare dominante**. Per tutte le tipologie di committenti, a prescindere dalla loro dimensione, è diminuita l'incidenza dei canali commerciali ed istituzionali. Come nella gran parte dei business odierni risulta quindi indispensabile tanto la creazione di un sito internet aziendale multilingue, quanto un'efficace indicizzazione sui motori di ricerca più comuni.

• Per chi si vuole affacciare sul mercato **imprescindibili sono le manifestazioni fieristiche internazionali**, nelle quali è possibile esporre i propri prodotti e generare interesse intorno al proprio marchio. Gli imprenditori della meccanica credono nelle fiere *ad hoc* organizzate all'estero per i loro settori o per la filiera, quando queste sono concepite come "piattaforme" di servizi pre e post-evento, capaci di coordinare B2B ed incontri profilati tra aziende e potenziali buyers. Questo commitment per quanto indispensabile non è però spesso sufficiente a garantire ritorni sicuri nel lungo periodo poiché notevolmente difficile risulta la successiva gestione dei contatti. È in questa fase che società specializzate risultano fondamentali.

• L'importanza dei bandi di gara pubblici o privati sta progressivamente diminuendo. Questa tendenza avvalora la tendenza a preferire relazioni di continua cooperazione con i fornitori, con i quali si mira ad istaurare un rapporto di medio lungo termine non volto al semplice ottenimento del prezzo più conveniente sul mercato, ma alla ricerca di soluzioni tecnologiche comuni anche attraverso l'inserimento e il coinvolgimento degli stessi all'interno del processo produttivo. L'insieme di quanto affermato implica chiaramente una conoscenza dettagliata ed un rapporto di fidelizzazione del cliente, cosa spesso non comune al rigido e formale canale delle gare d'appalto.

• **Una realtà industriale come quella Italiana**, contraddistinta da imprese di piccole e medie dimensioni, **deve fare dell'aggregazione il proprio punto di forza**. Le difficoltà impongono anche ai «piccoli» scelte innovative. Un esempio è la rete informale Man at Work, un insieme di 15 imprese (110 addetti e 30 milioni di ricavi) che collaborano per trovare clienti e mercati: «Ci promuoviamo a vicenda – spiega Alberto Magatti e qualcuno di noi lo scorso anno proprio grazie alla rete è riuscito a mantenere i ricavi». Condivisione di rischi e costi e di opportunità caratterizzano la rete, grazie alla quale le aziende aderenti possono espandere il mercato e generare nuovi modelli organizzativi per affrontarlo in modo efficace.

## 6. FIERE DI SETTORE




**L'efficacia della fiera è nella sua capacità di comunicare**: le aziende sono in grado di interagire con eventuali clienti in un momento in cui questi sono concretamente interessati a ricercare informazioni, acquisire prodotti e realizzare partnership.

Infatti, la possibilità di vedere direttamente il prodotto e di poter testare quelle che sono le sue peculiarità fanno di queste manifestazioni, specie per prodotti della meccanica, uno strumento molto più valido di altri mezzi di promozione. Durante la fiera, non solo si ha occasione di stabilire contatti con operatori specializzati, ma anche di comparare il proprio prodotto a quello dei concorrenti in termini di prezzo e caratteristiche, acquisendo così importanti termini di confronto. **Affinché questa si rilevi un'attività efficace occorre essere in grado di gestire la propria presenza** all'interno di queste manifestazioni **in ogni singolo particolare**, **affidandosi** se necessario, **a figure competenti** in grado di massimizzare l'efficacia dell'evento.

Considerata la moltitudine di fiere ed esposizioni che interessano l'industria della meccanica in Russia, riportiamo le principali manifestazioni della Federazione Russa suddivise per settore di appartenenza. Le manifestazioni di seguito elencate sono tutte caratterizzate da un profilo internazionale e da un numero di visitatori nell'ordine delle decine di migliaia (in costante aumento). Ad esempio, l'edizione di Lesdrevmash del 2013, fiera dedicata alle macchine per la lavorazione del legno, con i suoi 500 espositori provenienti da ben 30 paesi del mondo e con 8 padiglioni nazionali (di cui uno dedicato all'Italia) ha accolto oltre 20 mila visitatori (di cui il 98% professionisti del settore).[7] La forte presenza degli imprenditori italiani di macchine per il packaging in Russia è confermata anche dalla grande partecipazione delle aziende italiane alla fiera Upakovka/Upak Italia, che si svolge ogni anno a Mosca. All'interno della fiera, che nel 2013 ha registrato 20 mila visitatori, l'Italia era il paese più presente con 91 aziende (+10% rispetto all'anno scorso), dopo la Russia ovviamente, con 95 aziende espositrici. Nel corso dello stesso evento il numero di aziende Tedesche presenti, storiche rivali Italiane nell'industria della meccanica, è stato di 62, ben al di sotto di quelle Italiane, mentre la Francia aveva solamente 11 espositori.[8]

[7] www. lesdrevmash-expo.ru
[8] www.macchinealimentari.it

| | Fiera | Luogo | Data | N. Visitatori |
|---|---|---|---|---|
| Tecnologie per Ceramica e Laterizi (Construction) | SibBuild | Novosibirsk | 28 - 31 Gennaio 2014 | 12.000 |
| | MosBuild | Mosca | 1 - 4 Aprile 2014<br>15 - 18 Aprile 2014 | > 100.000 |
| Macchine e Accessori per la lavorazione del Legno | Lesdrevmash | Mosca | 20 - 23 Ottobre 2014 | 20.000 |
| | Woodex | Mosca | Fine 2015 | 10.000 |
| Macchine per l'industria Grafica e Cartotecnica | Upakovka Italia | Mosca | 27 - 30 Gennaio 2015 | > 20.000 |
| Macchine Tessili | Techtextil | Mosca | 11- 13 Marzo 2014 | 4.500 |
| | Inlegmash'2014 | Mosca | 22 - 25 Aprile 2014 | 6.300 |
| | Dry-cleaners & Laundery | Mosca | 21 - 23 Ottobre 2014 | 5.000 |
| Macchine e materiali per Fonderia | Metallurgy Russia | Mosca | 3 - 6 Giugno 2014 | > 10.000 |
| | Metal - Expo | Mosca | 11 -14 Novembre 2014 | > 30.000 |
| Macchine per materie Plastiche e Gomma | Interplastica | Mosca | 27 - 30 Gennaio 2015 | > 20.000 |
| | Upakovka Italia | Mosca | 27 - 30 Gennaio 2015 | |
| Sistemi Oleoidraulici e Pneumatici | MDA Russia | Mosca | 23 - 26 Settembre 2014 | > 4.700 |
| Macchinari Agricoli e per il Cibo | Agroprodmash | Mosca | 6 – 10 Ottobre 2014 | > 18.000 |
| Macchine per la lavorazione Pietre | Expostone | Mosca | 24 - 27 Giugno 2014 | > 5.000 |
| Tecnologie per la lavorazione del Vetro | Mir Stekla | Mosca | 4 - 6 Giugno 2014 | > 9.000 |
| Macchine automatiche per il Packaging | Upakokva/Upak | Mosca | 28 - 31 Gennaio 2014 | > 20.000 |
| | RosUpack | Mosca | 17 - 20 Giugno 2014 | > 20.000 |
| Macchine Utensili, Robot e Automazione | Metallobrabotka | Mosca | 16 - 20 Giugno 2014 | > 50.000 |

==========

Moscow Government:
**Chamber of Commerce and Industry**
**Of Russian Federation**

==========

## 8. OPPORTUNITA DI SVILUPPO NEL MERCATO RUSSO

**Numerose opportunità si aprono ai produttori Italiani di meccanica**. In tutti i comparti, ad eccezione della sicurezza e dell'ambiente, si registra e si continua a prevedere una forte crescita.

A nostro avviso, le aziende Italiane della meccanica dovrebbero **fare leva sulle proprie core competences: la specializzazione sul prodotto e l'elevatissima qualità**. Considerata quindi la difficoltà nel trasmettere questi valori, si suggerisce agli operatori che desiderano internazionalizzarsi, un percorso che preveda la **partecipazione a fiere di settore**. Inoltre, cosa spesso rilevata all'interno di comparti tradizionali come quello meccanico, potrebbero ritenersi necessari investimenti in fattori immateriali (marchi e immagine di prodotto), elementi importantissimi per favorire il percorso di internazionalizzazione, e per distinguersi ed acquisire un vantaggio rispetto ai numerosi concorrenti. Lo spostamento 'a valle' e il potenziamento della parte alta della catena del valore (Marketing e R&D) possono rappresentare i veri elementi trainanti dell'affermazione della meccanica Made in Italy sui mercati a più grande potenziale.

GruppoBPC International è in grado di assistere la tua azienda nel delicato approccio al mercato Russo, attraverso un definito e personalizzato piano di ingresso che preveda la partecipazione ad un evento fieristico, e che fornisca un supporto continuativo a 360° e locale, pre e post fiera.

Per un piano di sviluppo personalizzato per la tua impresa contattateci a:

info@gruppobpc.com
+39 02 43 99 50 76

**HEADQUARTER GRUPPOBPC IRELAND**

Marina House, Adelphi Quay Waterford, Ireland

info@gruppobpc.com
Skype : gruppobpc

**GRUPPOBPC ITALY**

Via De Amicis, 40
20123 Milan - Italy

T +39 02 43 99 50 76
F +39 02 48 02 50 78
Skype : gruppobpc.it

**GRUPPOBPC RUSSIA**

Ozerkovskiy per. 12
Office 3
115184 Moscow - Russia

T +7 964 799 36 39
Skype : gruppobpc.ru

## 9. FONTI

- Anima
- ICE
- Federmacchine
- KPMG
- Business Community

## 10. CREDITS

**GruppoBPC International is an international consulting Group** with offices in Ireland, Italy, Russia, USA and Singapore, assisting companies in developing their business in the international markets, supporting trade and investment.

*With its own international direct network, GruppoBPC International is able to provide top ranking corporate assistance with value added international services, specifically market entry strategy, international communication campaigns and ongoing management assistance, addressed to establish bridges between countries and to develop a global presence in the international markets.*

**For more information** about our services check out our services' page at www.gruppobpc.com