

di Giovanni Carlini

FRANCIA, UN PAESE STATICO

LA FRANCIA È SICURAMENTE VICINA ALL'ITALIA IN TERMINI GEOGRAFICI, MA NON LA SI PUÒ CERTAMENTE CONSIDERARE UN MERCATO "FACILMENTE ACCESSIBILE". I FRANCESI SONO TUTTORA ANCORATI A UNA POLITICA "IMPERIALE", CHE LI RENDE A VOLTE GOFFI E INGOMBRANTI. POSSIAMO FARE A MENO DELLA FRANCIA?

L'interscambio italo-francese è importante per l'Italia, non quanto quello con la Germania, ma è inequivocabile che le nostre imprese hanno e ricercano continui contatti con quelle d'oltralpe. Inoltre c'è da precisare che i francesi hanno mediamente un livello tecnologico

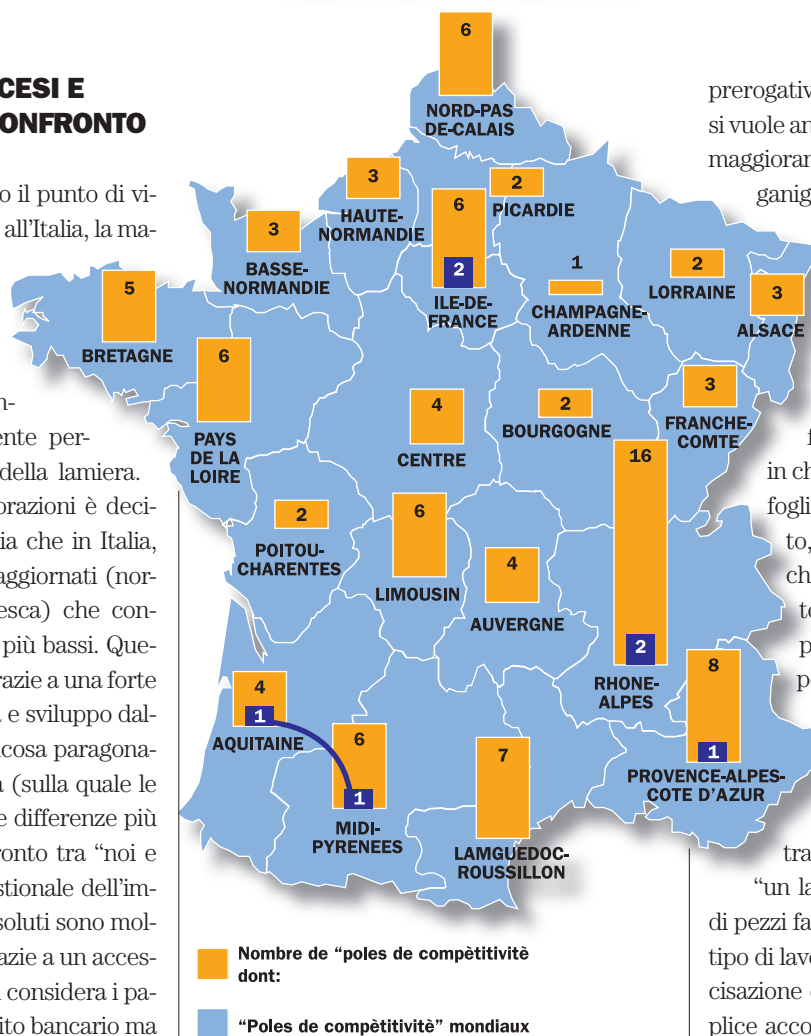
più alto del nostro, anche se questo aspetto di grande importanza, comunque non li favorisce nell'area mitteleuropea, con vantaggio degli italiani. Questo perché sui francesi pesa ancora per quel modo di fare, "tutto loro" che li contraddistingue e spesso isola perché trasudano un complesso di superiorità non sempre apprezzato dagli europei. Nonostante questa grave e storica pecca di tutto quanto è francese, resta opportuno mantenere contatti commerciali con la Francia, pur sapendo che i veri mercati di sbocco per l'Italia non sono quelli d'oltralpe e neppure francofoni in Africa ma proiettati nella UE, in Nord America, l'Est d'Europa e in Asia.



Mappa dei poli di competitività

LE CARPENTERIE FRANCESI E QUELLE ITALIANE: UN CONFRONTO PER IMPARARE

Come si lavora in Francia sotto il punto di vista delle carpenterie? Rispetto all'Italia, la mano d'opera specializzata è più facile da reperire, perché poggia sull'intera Africa francofona in fermento per emigrare in Francia, il che consente di poter trovare agevolmente personale qualificato nel lavoro della lamiera. Il livello tecnologico delle lavorazioni è decisamente più evoluto in Francia che in Italia, ciò comporta macchinari più aggiornati (normalmente di produzione tedesca) che consentono quindi costi aziendali più bassi. Questo risultato è stato ottenuto grazie a una forte spinta al rinnovamento ricerca e sviluppo dalle leggi regionali francesi, qualcosa paragonabile alla legge Sabatini in Italia (sulla quale le nostre PMI sono cresciute). Le differenze più acute, in questo inedito confronto tra "noi e loro" sono anche sul piano gestionale dell'impresa, per cui in Francia gli insoliti sono molto più rari rispetto all'Italia, grazie a un accesso al credito bancario, che non considera i pagamenti ai fornitori come credito bancario ma li accomuna agli stipendi, ovvero pagamenti rituali irrinunciabili e "di sistema". Si tratta di una differenza non di poco conto. Ovviamente a tutto c'è un limite. Come il fattore umano non dovrebbe incidere più del 12-15-18% sul fatturato, anche i debiti verso i fornitori sono considerati in percentuale sul fatturato. Superato questo rapporto, che cambia a seconda della tipologia merceologica, cessa la comprensione bancaria al debito aziendale. Non solo, ma in Francia ci sono anche dei regolamenti con la pubblica amministrazione per un limite al ritardato pagamento. Sul piano degli acquisti di materia prima da portare nel ciclo di lavorazione, ormai tutto passa attraverso i consorzi d'acquisto (molto diffusi e in concorrenza tra loro) distribuiti in ogni regione geografica, ma a forte concentrazione nella zona nord orientale del paese, oltre all'area di Parigi. Sui prezzi e la loro trasparenza c'è stata una grande battaglia negli ultimi anni, il che consente oggi, di poter affermare che non ci so-



no grandi differenze in Francia, sul costo degli approvvigionamenti, grazie all'azione esercitata dai consorzi sull'intero mercato. Analizzando i diversi passaggi si può affermare che il settore in cui la lamiera opera sia più "governato e amministrato" in Francia che in Italia dove vige, nel nostro paese la più totale libertà (anarchia) di svolgere ogni ruolo e azione si desidera. Parlando d'ordine e rispetto delle regole in Francia, va osservato come l'iniziativa non parta necessariamente solo dall'alto, ma è

prerogativa di tutti gli operatori. Nel dettaglio si vuole anche sottolineare come la stragrande maggioranza delle imprese francesi adotti l'organigramma e il mansionario come sistema di ordine e gestione dei costi aziendali. Laddove ogni persona, che magari non parla esattamente il francese perché immigrato (la Francia ha 5 milioni d'extracomunitari a prevalenza islamici e dall'Africa nera francofona) sa cosa fare, in che tempi e modi perché scritto su un foglio che gli viene spiegato e consegnato, i ritmi di produttività non possono che salire. Questo "segreto" è poco noto in Italia. Ad esempio i nostri imprenditori, spesso, assegnano al dipendente un lavoro da assemblare o realizzare, indicando una data per concludere l'attività in nome di una certa tempistica. L'uso più frequente adottato dai colleghi d'oltralpe è d'assegnare al dipendente non "un lavoro", ma un impegno per numeri di pezzi fatti ad ora (o a minuto a seconda del tipo di lavorazione in corso). Sembra una precisazione di poco conto, ma con questo semplice accorgimento i ritmi di lavorazione mutano, elevando nel complesso la produttività.

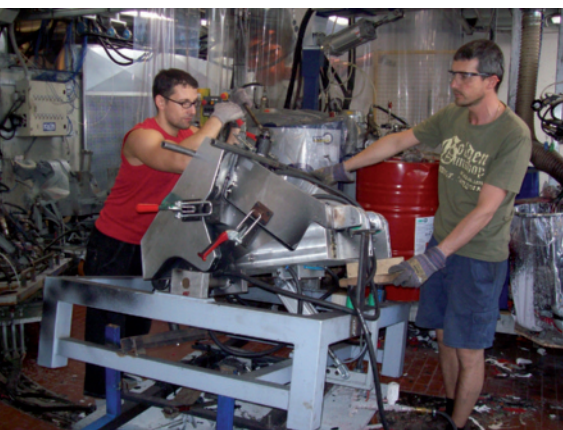
QUANDO L'ICE DESCRIVE LA FRANCIA

Facendo fede e riportando ampi aspetti della nota congiunturale ICE emessa in primavera sulla Francia (che ogni imprenditore si ricordi di consultarne il sito con regolarità se opera all'estero, verificando le sue informazioni con quelle studiate dall'agenzia governativa) emergono diversi aspetti: *la Francia è la quinta economia mondiale in termi-*

COME SI ENTRA SUL MERCATO FRANCESE

Credere (illudersi) di poter entrare in Francia, ma come del resto in altri paesi della UE, attraverso l'assistenza della camera di commercio italo-francese o degli organi predisposti a livello di ambasciata e consolato è pura illusione! Non per questo bisogna scoraggiarsi, anche se si può vivere serenamente senza la Francia, ma non privi, ad esempio, degli sbocchi che la Germania offre alle nostre industrie sul mercato globale. Per potersi avvicinare al mercato francese le vie più importanti sono:

- partecipare alle fiere di settore;
- presenziare ai meeting e viaggi organizzati dall'ICE;
- procedere con il "passa parola".



ni di Prodotto Interno Lordo, dopo gli Stati Uniti, la Cina, il Giappone e la Germania e davanti a Regno Unito e Italia. Nel 2010, il PIL (pari a circa il 21% del prodotto interno lordo della zona euro rispetto al 19% dell'Italia), ha registrato, un aumento dell'1,6%, grazie all'uscita dalla recessione che aveva colpito il Paese a seguito della crisi economica internazionale, e che aveva provocato nel 2009 una contrazione del PIL pari al 2,5%, la più forte del dopoguerra e una quasi stagnazione nel 2008 (0,3%). In valore il PIL si attesta a circa 1.958 miliardi di euro a prezzi correnti, secondo in valore in Europa dietro alla Germania. Ciò corrisponde a circa 34 mila dollari pro capite per abitante, e colloca la Francia al di sopra della media dell'Unione Europea e dell'Italia. Secondo gli ultimi dati pubblicati dall'Organizzazione Mondiale del Commercio (OMC), la Francia, nonostante rimanga il sesto esportatore mondiale - con una quota del 3,9% - ed il quarto importatore - con una quota del 4,4% - assiste a una lenta, ma progressiva erosione delle proprie quote di mercato nel commercio mondiale. Al quadro complessivo va aggiunto un dato relativo all'industria dell'automotive francese. Giugno è il ter-

INTELAIATURA

La complessità dell'intelaiatura metallica per sostenere una sedia in poliuretano ha reso il prodotto d'arredamento per interni "Made in Italy", famoso per qualità e avanzamento dello stato della tecnica.

FASE DI LAVORAZIONE SCRIVERE!

Fase di fusione del poliuretano dentro uno stampo a colata per completare l'intelaiatura metallica a sostegno della poltrona.

zo mese consecutivo di calo delle immatricolazioni di nuove autovetture in Francia. Secondo il CCFA - Comité des Constructeurs Français d'Automobiles - la contrazione è nell'ordine del 3,9% soprattutto a causa della fine dei premi alla rottamazione. Il calo tocca sia le autovetture ad uso privato (-12,6%) che i veicoli commerciali (-10,1%). Una tendenza di questo tipo si riscontra anche in Italia, dove le previsioni 2011 vanno riviste per effetto della crisi sui consumi privati, portando il volume di vendita a un -5,6% sul 2010. Proseguendo la nota congiunturale ICE la Francia continua a essere una delle principali destinazioni degli investimenti diretti esteri (IDE) nonostante la contrazione mondiale legata alla crisi. Gli IDE (Investimenti Diretti Esteri) in Francia, secondo il rapporto UNCTAD, avevano subito già nel corso del 2008 una netta diminuzione, passando dai 158 miliardi di dollari nel 2007 a

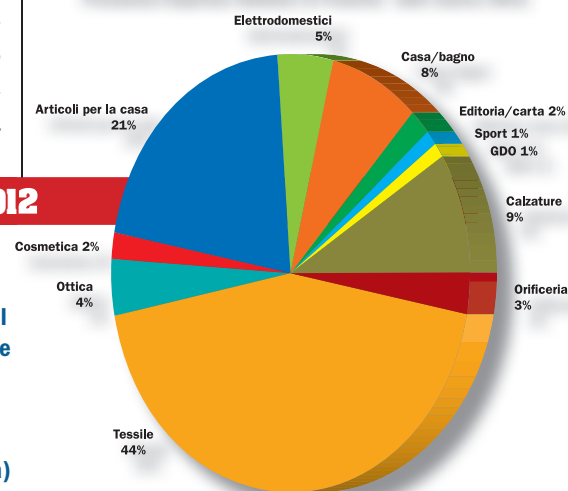
118 miliardi. Tuttavia, in un contesto di crisi economica, la performance francese era comunque apparsa migliore di quella di altri Paesi europei, quali Regno Unito, Paesi Bassi e Germania, divenendo il primo Paese in Europa e secondo tra i Paesi OCSE (dopo gli Stati Uniti) per flussi di IDE in entrata. L'andamento congiunturale internazionale del 2009, in cui l'economia mondiale sarebbe regredita secondo le stime FMI del -0,8%, si è tradotto in un ulteriore ridimensionamento dei volumi d'investimenti internazionali. Secondo il Ministero dell'economia francese, la Francia ha visto nel 2009 gli IDE in entrata diminuire del 15%, mentre quelli in uscita si sarebbero ridotti dell'11%. Gli Stati Uniti sono il primo Paese investitore in Francia. Poco meno di mezzo milione di lavoratori sono dipendenti di gruppi societari americani, rappresentando un quarto del totale dei dipendenti di imprese straniere. ➤

LE PROSPETTIVE DEL MERCATO FRANCESE NEL BIENNIO 2011/2012

Non ci sono prospettive particolarmente più interessanti in Francia rispetto all'Italia. L'intera piattaforma continentale è in crisi, per cui pensare di trovare nel solo spazio UE una risposta ai bisogni d'espansione del mercato delle imprese italiane, è un calcolo errato. E' molto probabile che il prossimo anno, in Francia, sarà migliore rispetto al biennio 2010/2011 ma non tale da rappresentare uno sbocco. Come se ne esce e cosa dovrebbero fare le imprese di lamiera italiane? Servono:

- contratti in rete con altre imprese complementari;
- un rinnovato impegno in tecnologia;
- potersi impegnare all'estero e oltre il solo spazio UE (rivolgendosi ad esempio verso il Nord America)

Presenza imprese italiane in Francia - dati marzo 2011



LE INTERVISTE

A questo dossier intervengono 2 imprese che operano in Francia: la Flli Rossetto del settore arredamento casa-ufficio, impegnata con il poliuretano per l'imbottitura di divani e poltrone e la Modulblok, forte di tecnologia e logistiche di magazzino per sistemi di stoccaggio. Sono entrambe delle imprese leader. La Flli Rossetto ha 120 dipendenti, un fatturato di 10 milioni di euro sviluppato al 50% con l'estero. Si trova in provincia di Padova ed è un'impresa "stabile" perché lavora su prodotti propri, già brevettati, che vende come semilavorato. La Modulblok S.p.A opera da oltre trent'anni nel settore dei sistemi di stoccaggio; l'esperienza maturata sui mercati italiani ed esteri la collocano di fatto tra i leader nella logistica del magazzino. Gli stabilimenti di produzione Modulblok occupano 160 persone, nelle due unità operative di Pagnacco e Amaro (Udine) realizzando un fatturato di 30 milioni di euro.

Se siete presenti sul mercato francese in quale settore operate?

Flli Rossetto: semilavorati in poliuretano stampato per arredamento (sedie e poltrone)

Francesco Pistorello:

certamente siamo presenti anche sul mercato francese. Modulblok vanta oltre 35 anni d'esperienza nel settore della logistica di magazzino.

Come siete entrati in questa realtà, potete insegnarci dalla vostra esperienza?

Pistorello: Il nostro ingresso sul mercato francese nasce

con l'acquisizione di contatti derivanti da fiere di settore e da un presidio, sul territorio d'oltralpe, per mezzo di una nostra organizzazione diretta. **Flli Rossetto:** clienti acquisiti principalmente partecipando a fiere di settore.

Il fatto di trovarsi in qualità di partner con imprese francesi, comporta l'esclusione d'altri operatori italiani, oppure si potrebbe "far sistema" con più realtà italiane?

Flli Rossetto: sicuramente i nostri clienti francesi, hanno molti altri fornitori italiani da cui acquistano componenti che servono a completare il prodotto, parlo di meccanismi e basi per sedie. Inoltre spesso comunichiamo i nominativi di altre aziende italiane, alle quali il cliente estero può rivolgersi per eseguire la tappezzeria dei nostri prodotti semilavorati, nel caso preferisca avere un articolo finito interamente Made in Italy.

Pistorello: Nel nostro caso specifico trovarsi partner con imprese francesi, non ha escluso la collaborazione con altri operatori italiani. Anzi, il più delle volte il business si è sviluppato da un intreccio di più realtà nazionali.

Questa presenza nel tessuto industriale francese ha consentito o permesso di procedere su altri mercati anche seguendo il cliente nella sua espansione?

Flli Rossetto: direi di no.

Pistorello: Certamente. La nostra esperienza francese ci ha aperto le porte alla France d'outre-mer.

Ricorrere alla camera di commercio come presenziare in fiere di settore, è un buon canale per cercare partner in Francia, oppure serve altro quindi la solita conoscenza, senza la quale nulla è possibile?

Pistorello: Direi che nel nostro caso non è stato fondamentale ricorrere alla Camera di Commercio per la ricerca di partner in Francia. **Flli Rossetto:** La nostra azienda è presente direttamente alle fiere di settore e riteniamo sia un canale molto valido per cercare partner.

In quale parte della Francia opera la sua impresa o dove sono dislocati i vostri clienti?

Flli Rossetto: i nostri maggiori clienti si trovano nei dipartimenti di Landes, Basses, Pyrennes, Nievre e Meuse.

Pistorello: Siamo presenti nei dipartimenti di Lione, Nantes, Toulouse, Bayonne, Landes, Loire Atlantique.

Ipotizzando il 2011 come crede potrà svilupparsi rispetto al 2010? e si potrebbe dire che il rilancio è nel 2012?

Pistorello: Il 2011 presenta un trend in crescita di circa il 15% rispetto all'anno precedente. Stimiamo un 2012 in linea con il 2011.

Flli Rossetto: Rispondo schematicamente. Per l'anno 2011 siamo in leggero miglioramento rispetto al 2010. Sul 2012 pensiamo la tendenza resterà stabile rispetto al 2011.

Nella collaborazione con il cliente francese l'impegno allo sviluppo tecnologico è stato assolto da voi per vostra iniziativa in Italia, o indotto, stimolato, aiutato e forse finanziato dai francesi?

Flli Rossetto: lo sviluppo tecnologico applicato sui nostri prodotti è avvenuto non indotto dall'agire sui mercati esteri o per spinta del committente francese (come in questo caso) ma per nostra specifica iniziativa, quale "credo" familiare per consentire a questa impresa d'avere un futuro per le prossime generazioni. Grazie a questo possiamo avere un organico di 120 persone.

Pistorello: Il prodotto "Made in Italy" è molto apprezzato dal cliente francese. L'esperienza ci mostra che nella maggior parte dei casi Modulblok è promotrice di soluzioni di magazzino, influenzando il mercato grazie al proprio know how.

Operate anche su altri mercati oltre a quello francese e nel caso quale differenze avete notato?

Pistorello: Modulblok è presente in diversi territori europei. La differenza con altre realtà può essere vista solo in una "barriera" linguistica. Il cliente francese tipo ama parlare esclusivamente in lingua francese.

Flli Rossetto: siamo attivi su diversi altri mercati altrettanto importanti. Osserviamo quanto quello francese sia molto conservatore, nel gusto e ricerca del prodotto, quindi lo definirei statico nel confronto con altri sempre dell'area UE.



CLAUDIO ROSSETTO
amministratore della Flli Rossetto.

Cosa proporreste se il vostro punto di vista fosse letto in ambito di Confindustria?

Flli Rossetto: sono un imprenditore pratico, non ho la presunzione di dire a Confindustria cosa dovrebbe fare.

Pistorello: Sarebbe auspicabile un maggior rapporto di collaborazione nell'interscambio tra realtà francese e italiana. Secondo noi le aziende italiane potrebbero fare molto di più sul mercato d'oltralpe. Modulblok ha scelto d'essere presente sul territorio con una struttura diretta, attraverso una persona di lingua francese, ma dotata di mentalità europea.

Non considerate i francesi "antipatici" o troppo nazionalisti e quindi difficili per una collaborazione?

Flli Rossetto: In generale direi che è uno stereotipo superato. **Pistorello:** Assolutamente no, penso che sia un cliché superato. Nazionalisti solo nei termini di difesa del loro "codice linguistico".