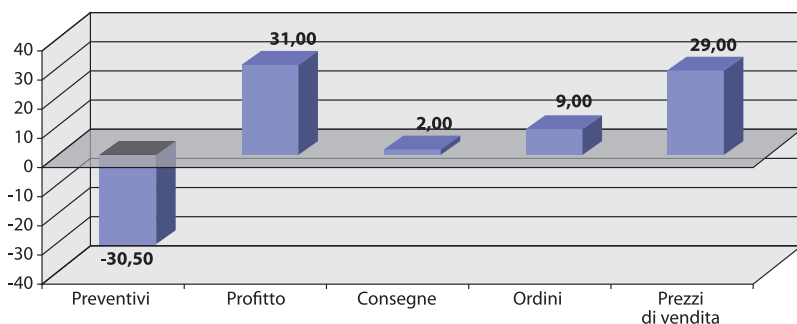
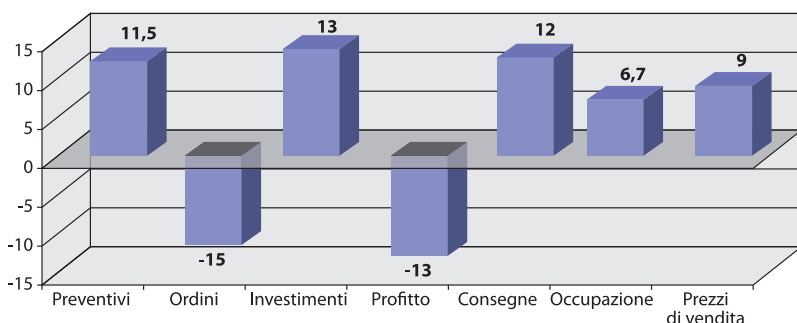


CHI NON CAMBIA, MUORE

Condizioni attuali del mercato di settembre su luglio 2011



Prospettive prossimi 6 mesi di settembre su luglio 2011



LE RILEVAZIONI IN SINTESI

Per quanto riguarda le *condizioni attuali del mercato*, i dati rilevati nel mese di settembre da Ucisap tra gli stampisti non manifestano una situazione particolarmente critica per quanto il settore sia obiettivamente in difficoltà. La voce che desta più preoccupazione di tutte riguarda il crollo dei preventivi scesi del 30,5%. Più contrastate sono le *previsioni a sei mesi* rispetto alle attuali condizioni in quanto sono negativi (a livello di previsione) solo gli ordini (-15%) e i profitti (-13%).

Per quanto riguarda il *carico di lavoro*, si registra un sensibile incremento stimato in settimane, sia nella lamiera che per la plastica relativamente ai piccoli e medi stampi come ai grandi. In particolare l'incremento medio è del 40%.

Invitiamo tutti gli stampisti a partecipare alla raccolta dei dati necessari per la realizzazione di questa rubrica contattando la Segreteria di Ucisap al numero 0226255392

Tutti gli indicatori macroeconomici segnalano un netto peggioramento delle condizioni di mercato ma quando si entra nella imprese di stampi italiane, ci si accorge che se le difficoltà sono molte, la crisi va interpretata sicuramente a "macchia di leopardo". Questo vuol dire che la crisi è peggiore in quelle imprese dove non è stato investito, ristrutturato e internazionalizzato. Sotto questo punto di vista la congiuntura (in realtà il secondo colpo della crisi già aperta nel 2008) è ancora più "cruel" perché incide su quelle imprese che meno si sono date da fare per "ammodernarsi".

UN'EUROPA SENZA EURO

La fase negativa di mercato è strutturale perché coinvolge una moneta "sbagliata" come l'euro che non è adattabile a tutti i mercati europei. In pratica il concetto è semplice. La moneta è cultura, ovvero fa parte del modo di vivere delle persone.

Non solo, ma le necessità dei francesi non sono quelle italiane e tanto meno tedesche, questo vuol dire che incapsulare ogni bisogno in una sola unità di conto (moneta), sarebbe anche possibile se ci fosse una comune politica economica, sociale e mercato; ma così non è in Europa. Mancando le condizioni di base, la moneta unica si presenta come un errore. I tedeschi sono così partecipi dell'euro per un motivo semplice: è l'unico modo che hanno per legare l'intero continente alle necessità della loro industria. Chi si ricorda che al cambio proposto di 1.050 lire contro 1 euro, la Bundesbank impose 2.000 lire per stroncare l'import italiano in Germania? Facciamo un altro esempio. La moneta sta all'economia come il sangue è rapportato all'organismo umano. Ogni corpo ha una sua pressione e tipologia di sangue. Cosa accade se si introducesse del Rh+ in un organismo che ne richiede uno negativo? In realtà l'euro, competendo

con il dollaro è calibrato per una pressione adatta a un sistema economico molto forte, come lo sono l'economia americana e quella tedesca, ma non quella di Spagna, Portogallo, Irlanda, Grecia e l'Italia. Per tutte queste ragioni la crisi sarà ancora lunga, finché non ci si accorderà per una unica moneta negli scambi internazionali, tornando a quelle nazionali sul mercato interno.

I MERCATI STRANIERI EXTRA UE APPLICANO REGOLE DIVERSE E NON TRASPARENTI

Non è vero che nei paesi emergenti sia possibile vendere tutto e di più, perché ci sono barriere doganali formidabili (vedi Cina) che non lasciano entrare. Non solo. Va osservato come tutti i paesi emergenti producono per l'Occidente, ma non per i loro mercati interni, preparandosi così a una grave crisi sociale nelle loro nazioni.

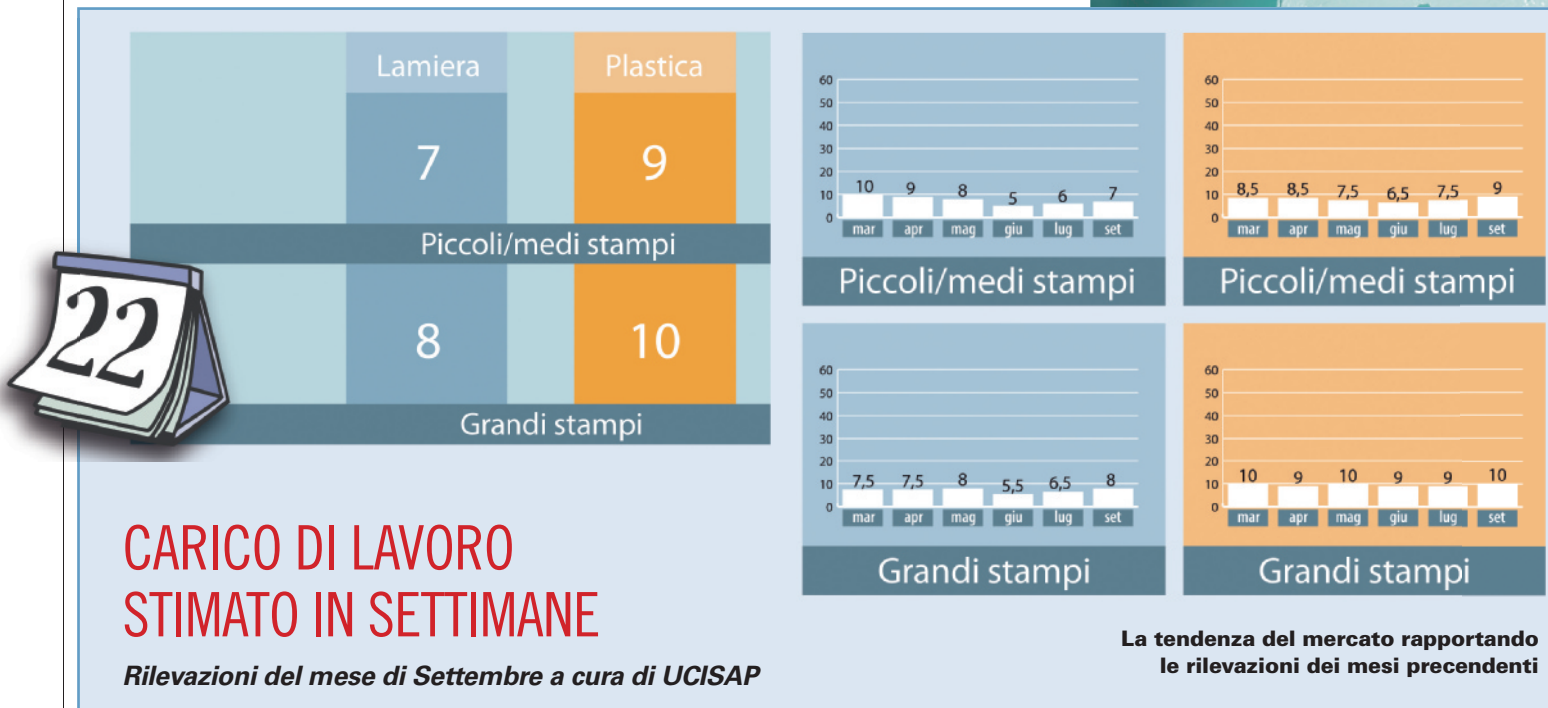
Con queste prospettive la crisi richiederà almeno 18 mesi per potersi avviare a soluzione, a meno che non si generino le condizioni per un "terzo colpo" (il secondo è in essere) il che complicherebbe tutto il quadro. Il virus di propagazione della crisi da un secondo colpo al terzo, è la liquidità immessa in eccesso sui mercati dalle banche centrali, per evitare i fallimenti degli istituti di credito, il che è un bene, ma il prezzo da pagare sarà un'inflazione selvaggia e devastante il prossimo anno. Invogliato da un imprenditore e coadiuvato dalla conoscenza del mercato americano, svolgo qui di seguito un confronto tra mercato italiano e mercato statunitense per cogliere qualche spunto di riflessione in più e suggerire qualche strategia alternativa. Per poi approdare all'agguerrito mercato tedesco.

IN ITALIA È FERMO IL CONSUMO

In Italia è fermo il fondamento stesso del mercato, ovvero il consumo, infatti le persone non comprano, il che ferma ogni ciclo produttivo. In queste condizioni la tendenza della crisi in Italia assume una dimensione di lungo periodo, portandosi

indicativamente sui 18 mesi. Inoltre, da noi lo stallo politico è paralizzante per l'economia. A dispetto di ciò, la vera materia prima che ci servirebbe è la fiducia. Non quella verso le istituzioni o il prossimo, ma in noi stessi. Approfondendo lo stesso concetto che merita d'essere maggiormente capito, in Italia abbiamo perso la speranza nelle nostre possibilità. Nessuno ce le ha tolte, le abbiamo solo smarrite. Sarebbe saggio impegnarsi per guarire da questa patologia del pessimismo, senza chiedere aiuto a nessuno, ma lavorando su se stessi. Questo vuol dire che gli imprenditori dovrebbero partire con la valigia e oltre a frequentare le fiere di settore, visitando i potenziali clienti, studiando soluzioni alternative, applicando un livello di pubblicità intelligente e non meramente dispendioso. I nuovi canali pubblicitari, in realtà, spiegano più che solo proporre, colpendo in questo modo l'interesse delle persone oltre che solo l'aspetto estetico e visivo, che comunque svolge il suo ruolo. Troppo spesso si registrano spese pubblicitarie "faraoniche", con risultati pari a "zero" e questo dipende da un errore d'impostazione sia di chi ha proposto il

Segue a pag. 18





**IN ITALIA
ABBIAMO PERSO
LA SPERANZA
NELLE NOSTRE
POSSIBILITÀ.
NESSUNO CE LE HA
TOLTE, LE ABBIAMO
SOLO SMARRITE**

Negli USA sta avvenendo il rientro degli stabilimenti produttivi precedentemente delocalizzati in Cina e Brasile con positivi riflessi sull'occupazione

messaggio, che dell'imprenditore privo di spunti. Resta chiaro che le spese di pubblicità e marketing in un'azienda sana, ammontano indicativamente al 4% del fatturato. Ovviamente, qui si è voluto parlare di pubblicità, ma non è solo questa la risposta da dare a un mercato che perde quote di spesa collettiva. Per gestire una situazione di contrazione nel carico di lavoro, serve viaggiare per il mondo con intelligenza e sagacia, in particolare nella UE e in mercati ancora non sviluppati appieno (ad esempio l'Africa nera).

NEGLI USA LA PRODUZIONE NON SI FERMA

Non che in America ci siano meno difficoltà dell'Italia! Anzi. Nel complesso però la situazione è diversa rispetto all'Europa. Laddove in Italia il mercato si ferma per calo di domanda, negli USA ci sono due fattori nuovi. Il primo contraddice la globalizzazione e comporta il rientro degli stabilimenti produttivi precedentemente delocalizzati in Cina e Brasile, attenuando la piaga della disoccupazione americana (14 milioni di persone in crescita). Il secondo aspetto è costituito dall'indebitamento. La tendenza a prendere in prestito denaro e spendere, da parte degli Enti locali,

pubblica amministrazione, aziende e privati non è affatto diminuita, tanto da rappresentare un sostegno alla spesa e quindi alla produzione. Non ci sono dubbi che da un anno per l'altro, i consumi americani siano scesi (minore intensità dell'aria condizionata nei negozi, ridotta scelta nelle colazioni in albergo, meno persone nei supermercati, tanti punti vendita, anche di marca, chiusi, eccetera) ma questo bisogno di ridurre le spese non blocca la produzione. Infine lo stallo politico (un presidente che non sarà rieleto) a differenza dell'Italia non è paralizzante per l'economia che prosegue il suo corso.

LA GERMANIA? UN SUCCESSO "GONFIATO"

L'andamento dell'economia tedesca e con esso il suo successo è decisamente "gonfiato" a scapito del resto d'Europa, per cui c'è da attendersi un ridimensionamento a breve, anche alla luce del prossimo collasso sociale cinese, indotto dalla primavera araba. Non solo, ma la Cina non va dimenticato che opera in una contraddizione sistemica; è una dittatura comunista che agisce in un mercato capitalistico. Nella storia del mondo, le contraddizioni hanno sempre uno sviluppo

limitato, anche se a volte clamoroso. Nonostante ciò, considerato i contributi del governo federale tedesco e le proiezioni sull'est europeo, aprire un'officina in Germania, per servire i clienti tedeschi, potrebbe offrire fatturato sostitutivo rispetto a quello italiano, destinato per forza di cose a scemare.

UN ULTIMO ASPETTO: LA RICERCA E SVILUPPO

Sicuramente affermare "sempre le stesse cose" sarà noioso, ma va rammentato quanto solo la ricerca e lo sviluppo siano le uniche condizioni, affinché le nostre industrie possano sopravvivere alla globalizzazione e all'attuale fase di recessione. Del resto ogni giorno, chissà quante volte si applicano delle varianti e degli accorgimenti ormai divenuti familiari, ma che se brevettati potrebbero diventare sia un avanzamento nello stato dell'arte "del fare" che anche una valorizzazione economica. Serve istituzionalizzare questo impegno con il riconoscimento, in ogni impresa, di un nuovo incarico: ricerca & sviluppo con il compito di cercare, trovare, capire e formalizzare quanto in realtà è già stato fatto o si potrebbe realizzare di più, per lanciare il lavoro italiano nel mondo.