

COMPETITIVITÀ**Reshoring, l'Italia è in prima fila**

Con 121 operazioni di rientro la manifattura italiana è tra le più attive nel reshoring.

► pagina 16

121

Le aziende che hanno riportato le loro produzioni in Italia

COMPETITIVITÀ
Reshoring,
manifattura
italiana
in prima linea

Enrico Netti ► pagina 16

Competitività. Il trend delle produzioni in rientro è stabile ma il nostro Paese è alle spalle degli Usa

Reshoring, Italia in prima linea

Sono più di 120 le imprese che hanno riportato le attività delocalizzate

Enrico Netti

■ Al secondo posto alle spalle degli Stati Uniti. Così si colloca l'Italia in termini di decisioni di reshoring: 121 contro le 326 americane. Seguono il Regno Unito (68) e la Germania (63) e complessivamente si arriva a quasi 730 casi in tutto in mondo. Numeri oggettivamente piccoli rispetto ai rispettivi universi manifatturieri, ma che dimostrano, anzi confermano, come sia possibile tornare a produrre nelle economie avanzate dopo aver delocalizzato in quelle in via di sviluppo. Che nel Dna del fare impresa italiano ci sia la manifattura è poi confermato dall'analisi regionale delle sedi delle imprese: quasi 100 sono nel Nord Italia, una ventina nel Centro, mentre solo quattro rappresentano il Sud. È quanto rivela l'edizione 2016 dell'analisi «Il reshoring manifatturiero» realizzata dal Gruppo di ricerca Uni-Club MoRe Reshoring che nel corso degli ultimi anni, a partire dal

2009, monitora il trend del ritorno delle imprese.

«Dall'inizio della crisi economica globale il fenomeno sta crescendo nei principali paesi industrializzati, anche grazie a politiche di supporto come quelle varate dall'amministrazione Obama negli Usa o in Gran Bretagna», spiega Luciano Fratocchi, docente dell'Università di L'Aquila e coordinatore dell'Uni-Club MoRe Reshoring. In Italia l'andamento è stabile, ma non tutte le aziende che hanno fatto rientrare delle produzioni sono disposte a dichiararlo, per cui il fenomeno è sottostimato.

Da dove rientrano le aziende italiane? Nella metà dei casi ci si lascia alle spalle il Far East e in circa in un caso su quattro si ritorna anche dall'Est Europa o dall'Europa occidentale. In questa casistica rientra la bolognese Ima, leader mondiale nel packaging, che dopo avere acquisito nel 2014 cinque società tedesche ha in progetto di trasferire in Emilia una quota consi-

stente delle commesse alle aziende della propria filiera produttiva. «Si tratta di forniture per 60-70 milioni l'anno che possono portare a un aumento occupazionale tra i 150 e i 200 addetti», sottolinea Alberto Vacchi, presidente e ad di Ima.

I rientri sono anche agevolati dal miglioramento della competitività del manifatturiero "made in Italy" come ricorda il «Global manufacturing competitiveness index» di Deloitte. Nell'edizione 2016 di questa classifica mondiale l'Italia si colloca al 28° posto, con un guadagno di quattro posizioni rispetto all'ultima rilevazione del



2013. «Un progresso a cui contribuiscono le risorse altamente qualificate, il controllo dei costi e l'aumento della produttività» spiega Valeria Brambilla, partner di Deloitte e promotrice del report.

Tra i principali motivi che fanno scattare la decisione del rimpatrio c'è l'effetto "made in", il miglior servizio al cliente, la qualità non sempre all'altezza delle produzioni delocalizzate, un processo di riorganizzazione interna magari innescato dalla crisi. Il capitolo costi (di logistica e totali) pesa nel 10% dei casi, mentre il differenziale del costo del lavoro vale per il 6% delle scelte.

Invece quello che manca al sistema-Italia è una politica organica che agevoli sia il rientro delle produzioni che gli investimenti esteri. «Oltre a favorire il rimpatrio delle produzioni già delocalizzate -aggiunge Fratocchi -, le politiche industriali nazionali dovrebbero essere indirizzate anche al *near-shoring*, il riavvicinamento in Europa di produzioni da parte di aziende europee».

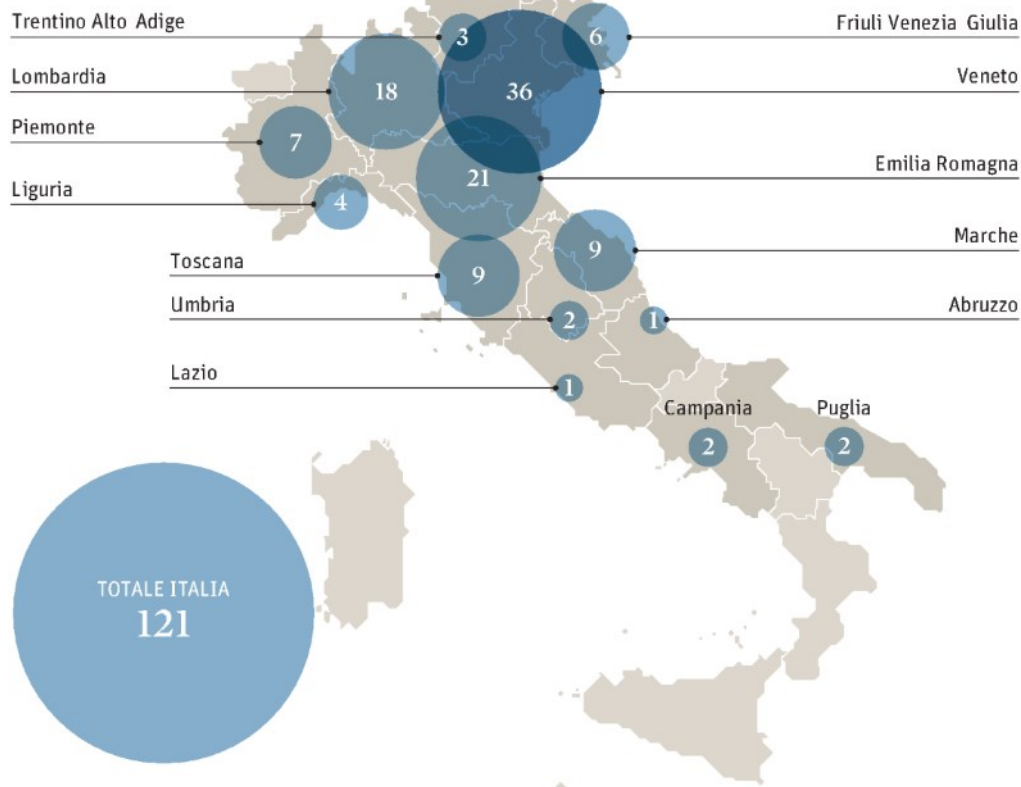
Ci sono, poi, gli stanziamenti di banche e regioni per riattrarre sul territorio le imprese. È il caso, per esempio, dell'accordo tra Regione Marche, la Confindustria territoriale e Mps con una dote di 200 milioni per chi fa reshoring.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

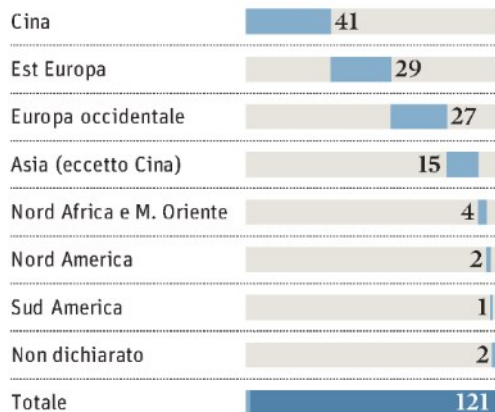
Il Nord-Est attira

DOVE SI TROVANO



DA DOVE RIENTRANO

Numero di aziende sul totale presente



I PRIMI CINQUE MOTIVI

% decisioni sul totale



Fonte: Uni-Club More Reshoring

Il caso/1. La Iccab di Sesto Fiorentino

Nello sportswear la filiera corta permette il riassortimento

«**N**egli ultimi anni il cambio dollaro-euro è diventato molto meno favorevole; in più c'è stato un aumento dei dazi; e per finire, una crescita dei costi nei paesi extra Ue dove si trovano molti dei nostri fornitori. Per tutti questi motivi abbiamo deciso di avvalerci di una rete di fornitori italiani, puntando anche sul maggiore valore aggiunto del "made in Italy"». Saverio Panerai è il presidente della Iccab, una pmi di Sesto Fiorentino che produce e distribuisce abbigliamento con il brand Marina Militare Sportswear.

Il cambio di rotta oggi ha riportato a produrre tra l'Emilia-Romagna e la Toscana il 40% dello sportswear griffato Marina Militare, circa un milio-

ne di capi, mentre in passato le collezioni erano realizzate in Cina e Turchia.

«La filiera corta non offre solo vantaggi di tipo logistico, ma finalmente ci permette di realizzare i lotti di riassortimenti, mentre in passato era praticamente impossibile, a causa dei tempi di spedizione via nave. Con il reshoring è migliorata anche la programmazione finanziaria, che è diventata più efficiente» spiega Panerai.

Il rientro di parte della manifattura in Italia è stato agevolato anche dai progressi compiuti dalle aziende terziste italiane, diventate più competitive grazie al passaggio dalla fase artigianale a un'organizzazione di tipo industriale. L'evoluzione ha reso più supportabile il differen-

ziale di costi tra il produrre all'estero e in Italia: «Ora questo gap ha raggiunto un livello accettabile - sottolinea Panerai -. Per il momento vengono prodotti in Italia solo alcuni segmenti dell'offerta, ma stiamo già lavorando per rendere possibile il reshoring di altre linee, analizzando con precisione costi, esigenze di mercato e conto economico».

Così si costruiscono le basi per una maggiore presenza all'estero: oggi quasi un terzo dei ricavi (25 milioni il fatturato 2015) è realizzato all'estero, prevalentemente in Spagna, Est Europa e Russia. Una quota destinata a crescere grazie alle collezioni made in Italy.

E.N.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il caso/2. La Nicos International di Portobuffolè

I piatti doccia tornano a Treviso e l'automazione rilancia i volumi

Enterà in attività il 1° settembre a Portobuffolè, nei dintorni di Treviso, la nuova linea di produzione di piatti doccia della Nicos International, pmi con un fatturato 2015 di circa 21 milioni, di cui la metà realizzato con l'export, che opera come terzista nel settore del solid surface. Si tratta di materiali compositi, sviluppati in house e poi brevettati come il Mineralmarmo e il Cristalplant con cui vengono prodotti lavabi, piatti doccia e altri oggetti di design.

Oggi la Nicos sta lavorando all'ampliamento degli spazi, ultimando un capannone da 4mila metri quadri dove sarà installata una nuova linea di produzione altamente auto-

matizzata: l'investimento complessivo è di 2,7 milioni. «Verranno assunti 25-30 addetti e inizialmente l'attività si svolgerà su due turni con l'obiettivo di arrivare, una volta a regime nel 2017, a produrre 60mila piatti doccia l'anno - racconta Vittorio Pavarin, Marketing and sales director dell'azienda -. Oggi in Bulgaria una linea con 50 addetti realizza 10mila piatti doccia e un'altra con 300 operai produce 140mila lavabi l'anno». Fino al 2003 le due linee erano "made in Italy", poi si decise di delocalizzare la produzione del Mineralmarmo, la materia prima, e con essa le linee di prodotti finiti.

Grazie al livello di automa-

zione spinta offerta dalla nuova linea in allestimento a Portobuffolè la società è in grado di avere un business plan sostenibile. «In media un addetto bulgaro ha un costo mensile lordo di 700 euro contro i 2.200 del collega italiano - sottolinea Pavarin -. Il made in Italy è possibile solo quadruplicando i volumi e grazie all'automazione».

I clienti, oltre alla qualità, chiedono anche tempi brevi di consegna. Con il nuovo assetto produttivo i tempi di consegna si dimezzeranno a due settimane dalle odierne quattro, considerate troppe, per coprire il tragitto da Sofia al mercato italiano.

E.N.

© RIPRODUZIONE RISERVATA