

Export. Le scelte delle imprese davanti a un dollaro arrivato al top da 12 anni - Vantaggi competitivi nell'area extra-Ue

«Noi più forti con il mini-euro»

Strategie in ordine sparso: alcune aziende puntano ai margini, altre riducono i prezzi

Luca Orlando

MI ANS

«Inutile girarci intorno, ci spavamo da anni, è un impulso formidabile dal lato delle vendite». Non che per Jacopo Guzzoni le trattative ora siano proprio agevoli, non accade mai quando i clienti sono colossi come General Electric o Siemens. Ma certo il rapido calo dell'euro, ormai a ridosso della parità con il dollaro, apre per le piccole multinazionali le porte della meccanica, 460 milioni di ricavi e 1.400 addetti, spazi di manovra finora impensabili. «Ora - racconta l'ad - siamo messi decisamente meglio rispetto ai nostri concorrenti d'oltreoceano e nelle prossime gare potremo fare prezzi più competitivi: per il 2015 c'era già un budget in crescita, che ora si rafforzerà. I benefici potranno essere più o meno ampi, qualcuno adotta coperture a termine che smorzano le oscillazioni, altri hanno comunque acquisito di componenti in dollari o in moneta a costi crescenti, ma il saldo netto del nuovo "mondo" valutario per gli esportatori italiani è decisamente positivo. Anche per chi decide di lasciare tutti i benefici al cliente. «Noi siamo alla finestra» - racconta Alberto Caprari, presidente di Anima e imprenditore nel settore delle pompe - tenendo fermi i listini in euro e lasciando scivolare i prezzi in dollari: è una forte spinta ai volumi, anche senza far nulla di fatto siamo già più attrattivi per i clienti. «I nostri prezzi di partenza sono in euro - aggiunge Gianmario Ronchi, imprenditore lombardo nei macchinari per il packaging - e questo significa che il costo in dollari per i nostri clienti Usa è sceso in pochi mesi di oltre il 20%. Ci siamo sempre comportati così, anche in presenza del trend opposto, quando l'euro risaliva fino a 1,50». Per Ronchi, 160 addetti e 48 milioni di vendite, l'export vale il 97% dei ricavi, con un 40% di business legato proprio all'area del dollaro. «Questa situazione apre nuovi spazi di competitività - spiega - e ci aspettiamo riflessi positivi anche nei mercati asiatici: in queste condizioni c'è solo da guadagnare». Prezzi fermi (in euro) anche per Renzo Cirberio, uno dei brand storici del valvolame in Italia. «Quella sul cambio è una grande mossa, ci voleva» - racconta Renzo

Cirberio - ma noi abbiamo deciso di dare tutti i benefici ai clienti dell'area del dollaro. E credo che a breve i risultati in termini di nuovi ordini arriveranno». Basta però spostarsi di pochi chilometri, qui siamo alle rubinetterie Zucchetti di Gozzano, per vedere strategie diverse. «Noi fatturiamo in dollari - spiega Carlo Zucchetti - e per ora cerchiamo di tenere duro, anche se qualche distributore inizia a chiedere sconti. Per il settore il mini-euro è un'ottima cosa, con qualche problema per chi effettua parte degli acquisti in Cina, che segue la risalita della valuta Usa». Una scelta intermedia è invece adottata dalla Oma di Feli-

LE SCELTE

Marenzi (moda): «Listini fermi, si recupera ciò che si è perso in passato»
Caprari (meccanica): «Ai clienti tutti i benefici»

gio, uno dei maggiori componenti italiani dell'aeronautica, 70 milioni di ricavi (top di sempre) e 600 addetti, tutti in Italia. «Con la parte dei nostri prodotti a listino - spiega il vicepresidente Umberto Toni - ci stiamo già riposizionando, cercando un mix tra miglioramento dei nostri margini e prezzi più bassi per i clienti. Il listino però è minimo, noi in genere lavoriamo su progetti ad hoc legati a gare internazionali, dove in effetti ora possiamo fare prezzi migliori: capite bene che a quota 1,50 si stava in un altro mondo, ora si che si ragiona». «Sono d'accordo - aggiunge Ruggero Brunori di Feneria Val Sabbia - anche se nel frattempo il quadro geopolitico è peggiorato, a dirlo tutta nel mondo c'è un vero pandemonio». Nell'analisi di Intesa Sanpaolo sulla "reattività" dei settori alle valute in apprezzamento sull'euro la meccanica risulta uno dei settori più esposti: per i ben strumentati, in particolare, ben l'8,5% dell'export è diretto verso gli Usa. «Cerchiamo di tenere conto di tutto - spiega Riccardo Cavanna, imprenditore dei macchinari - tutelando da un lato sui margini anche per pagare il costo delle coperture valutarie e dall'altro facendo scendere i prezzi in dollari. Certo è una

leva commerciale che stiamo sfruttando, e rispetto ad esempio ai nostri concorrenti svizzeri ora abbiamo un'arma in più, questo è evidente». Spostandosi dalla meccanica ad altre aree il quadro di fondo non cambia, ma anche qui le strategie non sono univoche. «Per ora prezzi in dollari fermi - spiega Claudio Marenzi, imprenditore della moda con Herma e presidente di Sistema Moda Italia - in passato eravamo in sofferenza mentre ora ci rafforziamo nei margini». Scelta analoga per Zonin. «Recuperiamo parte di ciò a cui abbiamo rinunciato negli ultimi anni - spiega Francesco Zonin - poi si vedrà». Per il gruppo unico loveneto la filiale Usa (55 milioni di dollari di ricavi) è la maggiore realtà all'estero, con prospettive di crescita ulteriore in termini di peso specifico ora che il dollaro è a ridosso di quota 1. «Il contributo al bilancio consolidato crescerà - spiega il vicepresidente di Zonin - anche se vadetto che per noi le oscillazioni di cambio sono in gran parte attuite dalle coperture a termine che adottiamo: nel bene e nel male preferiamo sempre smorzare questi effetti. Certo, se devo fare una prima stima di massima, questa situazione farà bene a tutto il nostro comparto, gli Usa sono il primo mercato al mondo per il vino». Scelta diversa invece per Scavolini, tra i maggiori produttori italiani di mobili, che decide di non modificare i propri listini, in euro anche verso gli Usa. «Al rivenditore locale - chiarisce l'ad del gruppo Fabiana Scavolini - lasciamo la decisione finale sui prezzi e io credo che in questa fase possa decidere di dare una parte dei benefici ai clienti riducendo i listini».

Scenario che in questi mesi stancando a doppia cifra le vendite del gruppo verso Washington, così come accade per l'intero comparto, il cui export verso gli Usa a dicembre (ultimo dato Istat disponibile per i singoli settori) è cresciuto di oltre il 40%. Corsa non solitaria, perché la spinta del cambio ha offerto una sponda a quasi tutti i settori produttivi spingendo nel 2014 l'export italiano oltreoceano al nuovo record storico. Quasi certamente provvisorio, visto che a gennaio il made in Italy ha già piazzato un robusto +24,5%.

© IMPECCABILE / ESPRESSO

La radiografia dell'interscambio

I rapporti commerciali Italia-Usa nell'ultimo mese e il confronto tra le monete dal 2009 a oggi

ESPORTAZIONI CON GLI STATI UNITI PER SETTORE DI ATTIVITÀ ECONOMICA
 Dicembre 2014. Valori in migliaia di euro e variazioni % 2014/2013

Macchinari ed apparecchi	624.035	+17,3
Tessili, abbigliamento, pelli e accessori	316.605	+14,4
Metalli di base e prodotti in metallo	306.545	+60,1
Alimentari, bevande tabacco	246.738	+13,6
Autoveicoli	154.991	+2,3
Articoli in gomma e materie plastiche	138.291	+12,1
Apparecchi elettrici	72.554	+10,6
Mobili	70.515	+41,7
TOTALE	2.665.400	+13,8

ANDAMENTO EURO/DOLLARO



