

Casalinghi: 2 aziende su 5 nella morsa della crisi

L'analisi di settore realizzata da Apindustria rileva una difficile ripresa a partire dal 2010

Nel nostro territorio si contano una ventina di imprese e oltre 600 lavoratori

Scenari

Paola Gregorio

BRESCIA. Un quadro fatto di ombre, soprattutto nei primi anni della crisi, dal 2007 al 2010, e qualche luce tra il 2010 e il 2014. Con la consapevolezza che di strada da fare, per arginare in modo più deciso gli effetti della difficile congiuntura economica, ce n'è ancora parecchia.

È il profilo che emerge dall'analisi del comparto bresciano dei casalinghi in acciaio realizzata dal Centro studi di Apindustria sul settore. Un'elaborazione che partendo dai dati sull'andamento dell'evoluzione dell'export a livello mondiale, europeo e italiano, si concentra poi su un focus dell'ambito industriale bresciano. Lo studio che riguarda il periodo 2007 - 2014, è stato illustrato ieri in Apindustria dal presidente Douglas Sivieri e dalla responsabile del Centro studi, Maria Garbelli.

I commenti. Sivieri ha premesso che è il primo studio di que-

sto tipo che Apindustria fa. «Lo faremo - ha promesso - per altri ambiti, come l'alluminio, le rubinetterie e le valvole». Garbelli è entrata invece nel dettaglio. «Per quanto riguarda l'Italia nel suo complesso, i dati delle esportazioni, parlando dei casalinghi in acciaio, sono poco confortanti. C'è stata una contrazione in termini di esportazioni, sia verso il mondo che nella Ue, rispetto ad altri Paesi esportatori come la Germania».

Cosa succede nel Bresciano? Le aziende di casa nostra sono una ventina, oltre la metà delle quali con un utile inferiore a 5 milioni di euro. Imprese in cui trovano occupazione complessivamente 609 lavoratori, in calo dell'11% rispetto al 2007 quando erano 683. L'utile di queste aziende è diminuito tra il 2007 e il 2010, mentre dal 2010 - 2014 le variazioni sono più confortanti. Tra il 2007 e il 2010, si è registrata una riduzione media dell'utile pari al 67%, con un calo del 57% nel risultato operativo. Nel periodo successivo, tra il 2010 e il 2014, si sono registrati recuperi su entrambi i valori.

I numeri. Complessivamente, il risultato operativo dal 2007 al 2014 cala del 29%. Il giro d'affari si attesta nel 2014 intorno ai 150 milioni di euro, in recupero rispetto al 2010 ma ancora inferiore al 2007 quando si attestava sui 167 milioni

di euro. Sivieri ha concluso: «Si dice, e questo vale per questo comparto ma pure per altri, che siamo usciti dalla crisi ma non è così. Ci stiamo semplicemente abituando a un consolidamento verso il basso. Noi non abbiamo recuperato, ma siamo in stagnazione. Il dato dei casalinghi in acciaio racconta che siamo stabili ma non siamo cresciuti. Più di 2 imprese su 5 non ha colmato il gap perso dopo la crisi». //



Al tavolo. Da sinistra Fabio Cutrera, Douglas Sivieri e Maria Garbelli



LO STUDIO. Nella sede di Apindustria presentata l'indagine di settore: il quadro è problematico

Casalinghi in acciaio, Sivieri rinnova l'allarme e rilancia

«La crisi non è finita, si è trasformata in un quadro consolidato al ribasso. Manca un piano industriale»

Magda Biglia

Un panorama problematico: è quello delineato dalla prima analisi effettuata da Apindustria Brescia sul settore dei casalinghi in acciaio, da sempre fiore all'occhiello della produzione bresciana in particolare di Valtrompia e Lumezzane. E avvalora il commento del presidente dell'organizzazione di categoria, Douglas Sivieri. «La crisi non è finita - dice -, si è trasformata in un quadro consolidato al ribasso che non ritroverà i livelli di un tempo. La preoccupazione diventa più forte pensando a un'altra fase di difficoltà, che potrebbe inserirsi in questa situazione ben più pesante rispetto a quella degli altri Paesi europei che hanno ripreso».

La concorrenza - come emerso dalla ricerca illustrata nella sede di via Lippi dalla responsabile del Centro Studi Maria Garbelli - non viene, come si può pensare, dalla Cina: bensì dalla Germania e dai Paesi Bassi o dal Portogallo che vanno alla ricerca di nuovi sbocchi. «Forniamo queste indicazioni a tutti gli imprenditori perché si avvii una riflessione seria sulle cause, per rimuoverle ove possibile. Abbiamo iniziato con il comparto dell'acciaio, il prossimo sarà dedicato a quello dell'alluminio, poi proseguiremo per fornire elementi oggettivi su cui riflettere e agire», annuncia Sivieri.

Lo studio esamina il mondo, l'Ue, l'Italia e Brescia, differenziando tre codici merceologici: solo uno resiste, quello più dell'inox, delle coltellerie, degli oggetti ornamentali, dei sanitari. Il principale (della posateria e pentolame), soffre più di tutti, se-

guito dai prodotti argentati, dorati, platinati. L'Italia perde terreno nell'export, pur restando seconda nell'Unione europea, passando dal 28% del totale continentale del 2007 al 20% del 2014; nel frattempo i competitor comunitari crescono e si allargano. Superato il momento più difficile, fino al 2010, il «rilancio» degli anni successivi a quel periodo non è sufficiente per tornare almeno al passo con i tempi migliori.

Se per l'indagine internazionale la base è rappresentata dai dati di Istat e dei Centri studi europei, per Brescia il punto di partenza sono le interviste con i vertici di 20 aziende - sulle 30 del settore dell'area stoviglie e pentolame -, più della metà con meno di 5 milioni di fatturato. I loro dipendenti, 609 gli attuali, fra il 2007 e il 2014, mostrano un calo dell'11%, ma costano il 7% in più; in frenata pure i ricavi (dell'8%); l'utile, sceso del 67% nei primi quattro anni di crisi, alla fine è positivo (del 7%). Il margine di contribuzione è per la metà del campione ridotto, per l'altra metà in moderato aumento. La maggior parte delle imprese interrogate realizza più dei due terzi del fatturato sul mercato interno, che però è fermo. Fra i «nodi» evidenziati i problemi di credito, il costo del personale, la discesa dei prezzi, il ritardo nei pagamenti. Ma quello che manca, per il presidente Sivieri, «è un piano industriale per il Paese, in cui si dica la verità sulla situazione, si cerchino le soluzioni».

In sala con il leader Apindustria, Fabio Cutrera (assistente di direzione), anche Alberto Bugatti della Inox House di Nave, per raccontare la sua esperienza, controcorrente, di imprenditore in grado

di raddoppiare il business. Una testimonianza accompagnata dall'invito a puntare su «innovazione, qualità e, contemporaneamente, evitando la dispersione in atto delle abilità secolari». •



Fabio Cutrera, Douglas Sivieri e Maria Garbelli nella sede di via Lippi



STUDIO API SU 20 AZIENDE

Casalinghi: il settore resta in stagnazione

di **Roberto Giulietti**

Una volta c'era il distretto di Lumezzane di pentole e posate, poi è arrivata la crisi e le cose sono cambiate. In peggio. Il settore si conferma stagnante, come si evince dallo studio effettuato da Apindustria su una ventina di aziende. Più di quattro aziende su dieci non sono ancora riuscite a recuperare il gap accumulato dopo l'inizio della lunga crisi. E le imprese devono fare i conti con nuova concorrenza, Portogallo e Paesi Bassi.

a pagina 3

Casalinghi e posate, la crisi ristagna Metà delle aziende non ha recuperato

È il risultato del report elaborato dal centro studi di Apindustria sul settore

Una volta c'era il distretto di Lumezzane leader mondiale delle pentole e delle posate, poi è arrivata la crisi e oggi il mondo dei casalinghi «made in Brescia» si deve confrontare con vecchi e nuovi competitors (Portogallo e Paesi Bassi) nel tentativo di recuperare le quote di mercato perse negli anni. Partendo da un presupposto: «Non siamo ancora usciti dalla crisi — ha commentato Douglas Sivieri, presidente degli industriali di Apindustria — dopo dieci anni di difficoltà credo sia giusto parlare di un consolidamento, verso il basso, dei mercati. Meglio definire la situazione come stagnante, con un mercato interno che non riparte mentre i nostri concorrenti sono cresciuti con un incremento delle esportazioni che supera il 31%».

E si perché questo è il risultato del report elaborato dal centro studi di Apindustria sul settore. Un calo confermato dai numeri che impietosi sottolineano come dal 2007 al

2014, la ventina di piccole e medie aziende bresciane che hanno collaborato alla ricerca, hanno visto ridursi il fatturato complessivo a 153 milioni (-8%) rispetto ai 167 del 2007 ma in recupero dopo aver toccato il fondo con i 142 milioni messi a bilancio nel 2010. Stesso andamento da montagne russe per gli utili (-67% nel triennio 2007/2010) e per il risultato operativo (-57%) con recuperi su entrambi i valori nel 2014. Sul versante occupazionale, attualmente sono 609 i lavoratori dipendenti nelle 20 aziende considerate, in calo di 11 punti percentuali sul 2007 mentre due terzi delle imprese hanno registrato un calo del margine di contribuzione, tra il 2007 e il 2010, contrazione poi superata «tendenzialmente» nel periodo successivo.

Per quanto riguarda i mercati di sbocco delle posate e delle pentole bresciane, è l'Unione europea a registrare buone performance mentre prospettive di sviluppo sono

segnalate per gli Stati Uniti con un «rafforzamento» di posizioni in Asia (Corea) e Medio Oriente (Emirati Arabi) ma anche in Turchia e Tunisia che insieme raggiungono il 5% del totale delle esportazioni bresciane. Si fa invece sentire il pesante calo del 41% dei flussi verso la Federazione russa. Di fatto, però, più di quattro imprese su dieci non hanno recuperato il gap perso dopo l'inizio della lunga crisi. Tra le motivazioni indicate dagli imprenditori come causa della contrazione dei margini di guadagno, ci sono la crescita dei costi di produzione e del personale e una riduzione dei prezzi di vendita. Cronica «l'asfissia da mancanza di credito» che non agevola gli investimenti soprattutto per migliorare la qualità del prodotto che, abbinata «all'abilità tipica bresciana», rimangono i driver vincenti per le produzioni locali.

«Il report, il primo di una serie che vedrà tra l'altro l'approfondimento sul comparto



■ SELPRESS ■
www.selpress.com

delle valvole e della rubinetteria, è a disposizione di tutte le aziende del settore perché è stato pensato con l'obiettivo di fornire al tessuto imprenditoriale indicazioni utili per lo sviluppo internazionale del business — ha ricordato Sivieri — Lo studio vuole essere uno strumento per contribuire ad una fotografia nazionale del settore che dica la verità sul comparto per poi predisporre, tutti insieme, un piano di politica economica sul modello del piano Marshall post bellico. Quello che si vuole evitare è di farci trovare impreparati all'arrivo di una nuova crisi, vista la ciclicità dell'economia, che non si sa dove ci potrà portare».

Roberto Giulietti**153**

Milioni di euro
il fatturato delle
venti aziende
prese in esame
da Api

-67

La percentuale
di calo degli
utili nel triennio
tra il 2007 e il
2010

609

Dipendenti
nelle 20
aziende
considerate, in
calo dell'11%
sul 2007

41%

Il calo
dei flussi di
prodotti
esportati verso
la Russia

Casalinghi

Il distretto delle
pentole di
Brescia si deve
confrontare
con vecchi e
nuovi
competitors
(Portogallo e
Paesi Bassi)
per recuperare
quote di
mercato

Brescia leader nel settore casalinghi Ma per le aziende la crisi non è finita

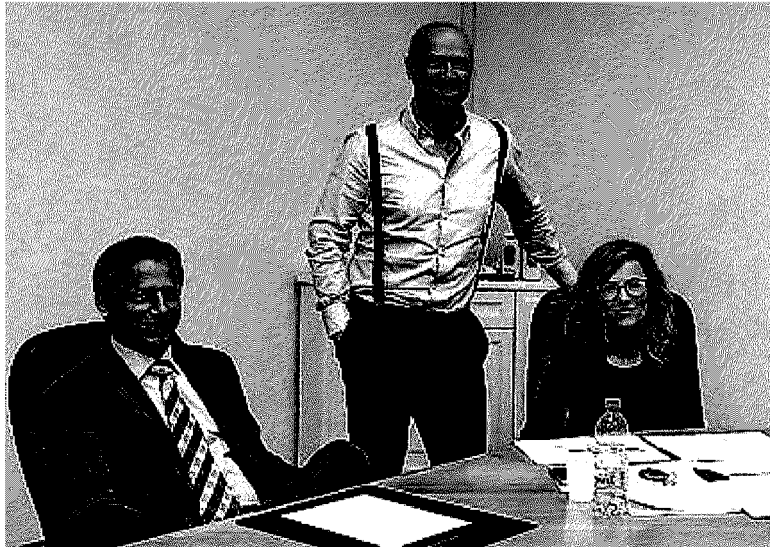
Studio di Apindustria: cresce il giro d'affari ma calano gli occupati

di **FRANCESCA UBERTI**

- BRESCIA -

IL SETTORE "pentole, posate e casalinghi in acciaio" crea per gli imprenditori bresciani un giro d'affari di 153 milioni e 425 mila euro (2014), in recupero rispetto al 2010 (142 milioni e 450 mila euro) ma ancora inferiore al 2007 (166 milioni e 980 mila euro), l'anno prima della crisi. Questi i dati emersi dallo studio realizzato dal

IL PRESIDENTE SIVIERI
«Ora le imprese stanno consolidano il mercato, poi atteso un piano di ripresa»



centro studi di **Apindustria Brescia**.

«L'ANALISI – afferma **Douglas Sivieri**, presidente dell'organizzazione (in piedi nella foto) – è stata pensata per fornire al nostro tessuto imprenditoriale indicazioni utili allo sviluppo internazionale del proprio business». L'indagine traccia l'analisi delle tendenze locali, l'evoluzione del giro d'affari e dei mercati di sbocco dal 2007 ad oggi. Nella provincia di Brescia sono 30 le aziende che si occupano di lavorazioni direttamente connesse con il settore pentole, padelle e casalinghi, per l'83% in acciaio (il restante antiaderente). Nelle 20 imprese che hanno collaborato alla ricerca, oltre la metà con un fatturato inferiore ai 5 milioni di euro, trovano in questo momento occupazione 609 lavoratori, in calo dell'11% dal 2007 (erano infatti 683, scesi a 536 nel 2010), mentre il costo del personale è aumentato del 7% (da 24 milioni e 922 mila euro del 2007 a 26 milioni e 751 mila euro nel 2014). L'analisi delle variazioni nel periodo 2007-2014 evidenzia inoltre un aumento nel patrimonio netto del 37%, con un utile di +7% rispetto al 2007 (da 3 milioni e 392

mila euro del 2007 a 3 milioni e 614 mila euro nel 2014). Una riduzione si rileva nei ricavi (-8%) e nel valore della produzione (-7%).

IL QUESTIONARIO, con riferimento ai mercati di sbocco, evidenzia che la quota parte del fatturato non realizzato in Italia si colloca prevalentemente nell'Unione Europea. La quota di fatturato proveniente da altre aree rimane particolarmente contenuta. Infine, più di quattro imprese su dieci non hanno colmato il gap perso dopo la crisi. Tra le motivazioni di costrizione del margine, vi sono la crescita dei costi di produzione e del personale, nonché una riduzione dei prezzi di vendita. «La crisi non è finita – conclude Douglas Sivieri – Dopo 10 anni stiamo consolidando il mercato; abbiamo però bisogno di un piano nazionale basato sull'effettiva situazione del paese e poi fare un piano per la ripresa».



Analisi comparto bresciano casalinghi in acciaio, primo report del Centro Studi Apindustria

«Analisi comparto bresciano casalinghi in acciaio»: è l'approfondita analisi realizzata dal Centro Studi di Apindustria presentata oggi nella sala consiglio dell'associazione, in via Lippi 30 a Brescia. L'indagine traccia l'evoluzione del commercio mondiale di settore dagli anni pre-crisi fino al 2014 per capire, in questo microsettore specifico, quali sono e come sono cambiati i mercati di sbocco e come i principali competitor esteri si sono mossi. «Si tratta del primo studio di questo tipo curato dall'Associazione - spiega il presidente di Apindustria Brescia, Douglas Sivieri - ed è stato pensato proprio con l'intento di fornire al nostro tessuto imprenditoriale indicazioni utili per lo sviluppo internazionale del proprio business. Il livello aggregato delle indagini non entra mai, inevitabilmente, nei dettagli del microsettore. Eppure per le nostre piccole e medie imprese è importante proprio conoscere anche gli aspetti più di dettaglio per orientare le loro scelte». Lo studio si rivolge quindi proprio alle piccole e medie imprese, con l'obiettivo di sostenerle nel processo di internazionalizzazione ritenuto sempre più necessario per lo sviluppo e la crescita delle imprese stesse. In questo senso il report realizzato dal Centro Studi è complementare al rafforzamento dell'Ufficio estero dell'associazione, ai seminari, ai master e agli incontri in tema di internazionalizzazione organizzati nel corso dell'ultimo anno da Apindustria.

UN ESEMPIO DI COSA SI TROVA NELLO STUDIO

Codice 82152010 - Cucchiali, forchette, mestoli, schiumarole, palette da torta, coltelli da pesce o da burro, pinze da zucchero e oggetti simili, di acciaio inossidabile, in assortimento, diversi da quelli della voce 8215.10-100.

L'analisi dei flussi di export a livello comunitario segnala un incremento sensibile delle esportazioni, che dal 2007 al 2014 crescono del 31,35%. Germania (29,61% delle esportazioni europee) e Italia (20,83% del totale) guidano il contesto competitivo dei Paesi europei esportatori. Seguono, ma a distanza, Portogallo, Paesi Bassi e Svezia rispettivamente con 11,98%, 8,3% e 5,74%. Il principale attore europeo, la Germania, cresce in modo leggermente meno che proporzionale rispetto alla media UE. In forte crescita l'export di Portogallo e Paesi Bassi. L'Italia perde terreno rispetto ai concorrenti in Europa (passa infatti dal 28,08% del 2007 al 20,73% del 2014). Nel corso del periodo considerato la Germania intensifica i rapporti commerciali con i Paesi di maggior destinazione, ed in particolar modo su Norvegia e Turchia; così come l'Italia, i cui Paesi destinatari con maggior variazione sono gli Emirati Arabi e la Corea con quote di mercato sul totale italiano poco al di sotto del 10% del totale export, e Turchia e Tunisia, che raggiungono il 5%. Calano invece del 41% circa i flussi verso la Federazione Russa, che mantiene tuttavia un peso di rilievo in Italia riservandosi poco meno del 9% del totale export. Tra gli altri Paesi esportatori, stupiscono i Paesi Bassi - dipendenti all'88% da due Paesi clienti - che fanno del Ghana (verso cui non intrattenevano rapporti commerciali negli anni precedenti) la seconda top destination (con il 40,25% di peso sul totale di Paese); la Svezia avvia rapporti commerciali con la Cina, che diviene suo primo destinatario (vi sono diretti il 59,54% delle intere esportazioni svedesi).

Una gran mole di dati, che fa capire come si muovono i concorrenti, quali siano le opportunità e gli sbocchi possibili, come sia possibile conquistare nuove fette di mercato e come - lo dice anche il calo del peso complessivo dell'Italia rispetto all'Europa - non si possa restare fermi in alcun modo.

IL QUADRO BRESCIANO

Lo studio si completa con un focus del tessuto imprenditoriale bresciano di settore, di cui sono stati esaminati i bilanci, tramite l'analisi delle tendenze locali e l'evoluzione del giro d'affari e dei mercati di

sbocco, dal 2007 ad oggi. Nella provincia di Brescia sono state individuate circa 30 aziende che si occupano di lavorazioni direttamente connesse con il settore pentole, padelle e casalinghi, per l'83% in acciaio (il restante antiaderente). Nelle 20 aziende che hanno collaborato alla ricerca, oltre la metà delle quali con un fatturato inferiore ai 5 milioni di euro, trovano in questo momento complessivamente occupazione 609 lavoratori, in calo dal 2007 dell'11% (erano infatti 683 nel 2007, scesi a 536 nel 2010). Il giro d'affari si attesta nel 2014 intorno ai 150 milioni di euro, in recupero rispetto al 2010 ma ancora poco sotto rispetto al 2007. L'analisi delle variazioni nel periodo 2007-2010 evidenzia una riduzione media dell'utile pari al 67%, un calo del 57% nel risultato operativo; nel 2014 si registrano recuperi su entrambi i valori. Il questionario (a cui hanno partecipato in modo completo 16 imprese), con riferimento ai mercati di sbocco, evidenzia che la quota parte di fatturato non realizzato in Italia si colloca prevalentemente nell'Unione Europea nella maggior parte dei casi.

La quota di fatturato proveniente da altre aree rimane particolarmente contenuta nella generalità dei rispondenti, con due situazioni in cui si sono aperte prospettive forti negli Stati Uniti (fonti di fatturato rilevanti) tra il 2010 e il 2014, ed il rafforzamento di alcune posizioni in Asia e Medio Oriente. Particolarmente massiccio, un caso di incremento significativo delle vendite in Paesi extra EU (attorno al 30%) tra il 2010 e il 2014.

Con riferimento ai margini di contribuzione, due terzi delle imprese registrano un calo tra il 2007 e il 2010, contrazione superata tendenzialmente nel periodo successivo. Più di quattro imprese su dieci non hanno però colmato il gap perso dopo la crisi. Tra le motivazioni della contrazione del margine, vi sono crescita nei costi di produzione e nel costo del personale da una parte e riduzione dei prezzi di vendita dall'altra.

Fonte: Comunicato stampa

lun 13 giu 2016, ore 13.01