Fornitore Offresi La meccanica corre sui mercati esteri

Lariofiere. Secondo giorno del Salone della subfornitura dedicato al tema dell'internazionalizzazione
Quota export del 51,8%, nonostante la frenata tedesca

ERBA
GUIDO LOMBARDI

Ultimo giorno oggi a Lariofiere di Erba per Fornitore Offresi, il Salone internazionale della subfornitura meccanica che anche ieri ha registrato un grande afflusso di operatori del settore, in visita agli oltre quattrocento espositori.

Come sottolineato in fase di presentazione da Fabio Dadati, presidente di Lariofiere, Marco Galimberti, presidente della Camera di commercio di Como e Lecco, ed Andrea Beri, coordinatore del Distretto metalmeccanico lecchese, in questa edizione di Fornitore Offresi, la dodicesima, viene data particolare attenzione all'internazionalizzazione.

Gli incontri B2B

Giovedì e ieri, infatti, i promotori della fiera hanno organizzato una serie di incontri internazionali B2B con buyer provenienti da Germania, Romania, Turchia ed Emirati Arabi. L'iniziativa, coordinata da Lario Sviluppo Impresa, azienda speciale della Camera, si è svolta nel quadro del progetto di sistema camerale lombardo "InBuyer", finalizzato a far incontrare le imprese, specialmente quelle di dimensioni ridotte, con buyer esteri selezionati e realmente interessati al prodotto proposto.

E ieri pomeriggio, nell'ambito della manifestazione, si è svolto un seminario sull'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese. Secondo gli organizzatori infatti, i nuovi scenari commerciali implicano la conoscenza e l'attuazione di strategie e strumenti operativi idonei per affrontare con successo il mercato estero.

Del resto, il legame con i paesi oltre confine è fondamentale per le imprese presenti in questi giorni a Fornitore Offresi. Si tratta infatti di un rapporto diretto, oppure mediato da clienti che sono generalmente grandi esportatori.

Secondo i dati diffusi in fiera, il totale delle esportazioni italiane del primo semestre 2019 ammonta a 237,8 miliardi di euro ed il comparto metalmeccanico rappresenta il 47,1% del valore complessivo. In Lombardia, la quota di questo settore è il 52,3%, per un valore di 33,3 miliardi. Rispetto ai primi sei mesi del 2018, soprattutto per effetto del rallentamento della Germania, le esportazioni del metalmeccanico sono calate dell'1,2% in Italia e del 3,3% a livello regionale, mentre il totale dell'export ha registrato un +2,1% in Italia ed un -0,6% in Lombardia.

Il totale delle esportazioni lariane, considerando quindi le province di Como e Lecco, realizzate nel primo semestre del 2019 ammonta a quasi 5,2 miliardi di euro, ed il comparto metalmeccanico ne rappresenta il 51,8%. La frenata dello scorso anno si è sentita pesantemente anche sul nostro territorio, con un calo del 5,2% per il settore metalmeccanico, a fronte del -3,2% dell'intero export.

Il confronto

Se si analizzano i dati delle due province, si scopre che nel Comasco l'export del settore è pari al 33,5% del totale (-7,5% rispetto ai primi sei mesi del 2018, mentre le esportazioni complessive sono calate del 4,3%), mentre sull'altra sponda del Lario la quota di vendite all'estero di questo settore è del 74,5%, in diminuzione del 3,9%, a fronte di un calo complessivo dell'1,8%.

Il valore delle esportazioni comasche del settore, sempre nei primi sei mesi dello scorso anno, è stato pari a 953 milioni, mentre per Lecco si è raggiunta quota 1,71 miliardi. Con i suoi 2,67 miliardi quindi, il territorio lariano si colloca al quinto posto in Lombardia dopo Milano (9,11 miliardi), Brescia (6,5 miliardi), Bergamo (4,53 miliardi) e Varese (2,92 miliardi).

Oggi calerà il sipario sulla fiera e, per i promotori così come per le imprese, sarà tempo per un primo bilancio di questa edizione.

Ieri il secondo giorno di apertura di Fornitore Offresi BARTESAGHI

Uno degli oltre 400 stand allestiti a Lariofiere

Ieri con il Politecnico

Un seminario di interazione tra università ed impresa

Nel corso della giornata di ieri, Lariofiere ha ospitato un seminario dal titolo "Pmi Network: nuove forme di interazione tra università ed impresa". L'incontro è stato occasione per presentare il progetto proposto dalla sede territoriale di Lecco del Politecnico di Milano che ha come obiettivo quello di far crescere la collaborazione transfrontaliera tra piccole e medie imprese, tramite il coinvolgimento delle loro rappresentanze e dei centri di ricerca, per integrare e modernizzare il sistema economico dell'area e rafforzarne la competitività.

Secondo i responsabili del progetto, le diverse iniziative messe in atto in questi anni dai partner in materia di innovazione e collaborazione con le imprese in ambiti di ricerca e sviluppo devono essere consolidate e coordinate a livello transfrontaliero attraverso una visione strategica dell'area territoriale transfrontaliera.

La collaborazione di Lariofiere con il Politecnico di Milano si accompagna a quella, sulla sponda comasca del territorio lariano, con ComoNext - Innovation Hub, destinazione di una visita guidata organizzata dalla fiera che si è svolta giovedì sera. In questo caso, è stato illustrato in particolare il progetto "Fabbrica Diffusa", in cui ComoNext opera in rete con altri centri di ricerca del territorio nazionale con cui realizza una linea produttiva innovativa completa.

Oggi invece, alle 11.30 nella sala Lario del quartiere fieristico, si svolgerà l'incontro "Usare le macchine in turni non presidiati". Saranno analizzate le problematiche più frequenti che emergono nell'uso di macchine automatiche. La loro risoluzione, spiegano gli organizzatori, può coinvolgere diverse aree di intervento, dalla programmazione, al setup, al corretto uso di materiali e utensili, al monitoraggio da remoto e all'esecuzione di controlli in linea.

Le analisi sul futuro «Strategie da capire Il prodotto non basta»

«Ho il prodotto migliore del mondo, quindi si venderà da solo». Questa equazione è spesso alla base di gravi errori commerciali e di marketing compiuti dai nostri imprenditori.

Lo ha spiegato ieri pomeriggio a Lariofiere, nel corso del seminario sull'internazionalizzazione e sulla penetrazione nei mercati esteri, Michele Lenoci, docente al Nibi di Milano (Nuovo istituto di business internazionale) ed esperto di Unioncamere.

«Troppo spesso – ha spiegato – le nostre imprese restano focalizzate solo sul prodotto, mentre bisogna aprirsi e capire in primo luogo cosa vuole il mercato».

Solo con questa predisposizione, sarà possibile muoversi verso l'estero. Già, ma come? «Se un'azienda non esporta ancora – ha detto Lenoci -, prima di tutto deve individuare il proprio mercato obiettivo, poi comprendere quale canale di distribuzione utilizzare e quindi adeguarsi alle regole di quel mercato. Viceversa – ha continuato – un'impresa che già esporta dovrà essere particolarmente attenta a curare i propri clienti, mantenendo una relazione personale che consiste anche nel visitarli personalmente: spesso per ogni cliente perso è necessario trovarne cinque nuovi».

In generale, secondo l'esperto di Unioncamere, non ci si può improvvisare quando si va all'estero. Ecco perché è importante creare un modello di business focalizzato sull'esportazione.

Gli aspetti chiave sono numerosi. Tra i canali commerciali, riveste particolare importanza il sito web che, ha affermato l'esperto, non può essere lasciato in mano solo agli informatici, poiché grafica e comunicazione rappresentano elementi essenziali. Andrà poi particolarmente curato il canale logistico, perché flessibilità e tempi di consegna sono oggi più che mai centrali: «La crisi del 2008 – ha sottolineato l'esperto – ha modificato le modalità operative di numerose aziende che oggi obbligano di fatto i propri fornitori ad essere il loro magazzino».

Di particolare rilievo sono poi i canali di comunicazione - tenendo conto che quelli maggiormente innovativi non sostituiscono completamente i mezzi tradizionali -, l'organizzazione (in azienda servono competenze per l'internazionalizzazione), le fonti di finanziamento (esistono bandi per favorire l'accesso ai mercati esteri) e la conoscenza dei sistemi di pagamento e degli aspetti legali relativi ai paesi in cui si esporta.

E per quanto riguarda le fiere? Hanno ancora senso, considerando anche gli ingenti costi a carico delle piccole e medie imprese? La risposta dell'esperto è affermativa, come dimostra il successo di una fiera come Fornitore Offresi. Tuttavia, anche nei confronti delle esibizioni è richiesto oggi un approccio professionale. Diventa fondamentale la preparazione della partecipazione, la cura dello stand, della comunicazione, del materiale da distribuire in fiera o da inviare in un secondo momento. È poi rilevante la gestione dei contatti in seguito all'evento fieristico.

Se le fiere si svolgono all'estero, può essere economicamente vantaggioso per un'impresa muoversi insieme a delegazioni nazionali organizzate. «Tuttavia in questo caso – ha concluso Lenoci – è rilevante mostrarsi uniti a livello di sistema paese, altrimenti si dà un'impressione negativa ai clienti che si rivolgeranno altrove, dove vedono maggiore affidabilità e coesione».

LA PROVINCIA
SABATO 22 FEBBRAIO 2020