

Report

CINA: Prospettive per i costruttori di macchine, impianti e tecnologie italiane

17 Giugno 2021

Giovedì 17 giugno 2021 si è tenuto il webinar **CINA: Prospettive per i costruttori di macchine, impianti e tecnologie italiane** organizzato dall'Ambasciata italiana a Pechino, da ICE Agenzia, Confindustria, Camera di Commercio Italiana in Cina, ANIMA, Federmacchine, Federunacoma. L'evento si è strutturato in due sessioni: la prima istituzionale e la seconda con 3 panel settoriali. Nell'ambito del Panel dedicato ai beni strumentali è intervenuto il Presidente Federmacchine Giuseppe Lesce.

Luca Ferrari, Ambasciatore d'Italia nella R.P.C.: la meccanica è tra i settori focus delle istituzioni italiane. Quello odierno è il terzo evento che dedicano al settore nel primo semestre 2021 (1° evento dell'8 aprile in vista della fiera CIMT; 2° la presentazione della ricerca di mercato Daxue il 6 maggio) e il secondo evento di sistema dopo il webinar sulla moda. Nel primo trimestre 2021 l'export italiano è stato di oltre 5 miliardi€, + 23% rispetto al primo trimestre del 2019 che fu un anno record. Si conferma un trend positivo per le aziende italiane.

Carlo Ferro, Presidente ICE: Primo segnale di ripartenza dell'industria è dato dagli investimenti e riguardano i beni strumentali che le aziende esportano. Nel primo trimestre l'export italiano di settore ha registrato una crescita del +42% rispetto 2020 e del +26% rispetto allo stesso periodo del 2019. Vi è un flusso di nuovi investimenti con orientamento verso nuove tendenze, digitalizzazione e sostenibilità. Poche industrie come la meccanica italiana hanno dimostrato di saper seguire evoluzione della domanda (industria 4.0) da combinare con un grande fattore di competitività delle aziende italiane cioè la capacità di combinare tecnologie e customizzazione di soluzioni per i clienti. ICE ha messo in piedi 15 nuove azioni in attuazione del Patto per l'Export, ne cita alcuni (servizi di avviamento all'internazionalizzazione gratuiti fino a 100 dipendenti, primo modulo gratuito per la presenza collettive estere, supporto fiere - cita EMO -, e-commerce B2B in Alibaba e Dotcom (145 aziende del settore meccanica)).

Barbara Beltrame Giacomello, Vice-Presidente per l'Internazionalizzazione Confindustria: la meccanica è il primo settore dell'export italiano in Cina con una quota del 31% sul totale. È importante per le aziende italiane capire la direzione della Cina e cosa farà per potenziare il suo manifatturiero al fine di individuare delle strategie.

Paolo Bazzoni, Presidente Camera di Commercio Italiana in Cina: il 14° Piano Quinquennale della Cina ha definito le linee guida di politica economica: transazione energetica, indipendenza scientifica e tecnologica, dual circulation. Il mercato domestico cinese è il mercato di sbocco più importante con una domanda sempre più orientata alla qualità. Le aziende italiane in Cina stanno dimostrando di avere forte capacità imprenditoriale, posizione leadership e propensione agli investimenti. Senza investimenti e presenza diretta in Cina non si genera valore e non si tiene la posizione di leadership. Importante avere una chiara strategia di sviluppo. C'è una forte competizione locale per tecnologia e qualità.

Marco Ferioli, Head of SACE Hong Kong & APAC Region at SACE: gli strumenti finanziari di SACE si possono raggruppare in due aree: una relativa al bisogno di cassa dell'azienda italiana a supporto dell'export e la seconda a progetti dei partner delle aziende italiane all'estero. Per quanto riguarda la Cina, SACE ha chiuso un 2020 straordinario: perché la Cina ha lanciato segnali di apertura dal

punto di vista della finanza, con aziende cinesi che possono accedere a fondi di finanziamento internazionali. SACE ha chiuso un 2020 con operazione credito fornitore (dilazione di pagamento) per 50 mln di euro, ed è stata deliberata in Cina la prima operazione push (finanziamento offerto a player gruppo petrolchimico, 150 milioni dollari tra banca internazionale e banca italiana e svilupperanno una serie di matchmaking e rendere accessibile tale gruppo alle aziende italiane).

Roberto Saponaro, Coordinatore del Gruppo di Lavoro della CCIC Manufacturing Engineering Working Group (MEWG): gli investimenti diretti esteri nel 2020 dimostrano che le aziende non sono preoccupate dalle tensioni tra Cina e USA, altrimenti gli IDE non avrebbero raggiunto il record del volume investimenti con un + 6,2% rispetto al 2019, pari a valore di investimento in Cina di 1.000 miliardi rmb, cioè 145 miliardi di dollari. Si assiste quindi a un continuo flusso di aziende straniere in Cina. Integrazione e specializzazione: le aziende cinesi e quelle straniere lavorano per la trasformazione industriale per specializzazione business; in Cina ci sono modelli di operation nuovi. Made in China 2025 è un piano sostenuto da Pechino con investimenti finanziari rivolti all'industria. La nuova strategia si concentra su innovazione dell'economia cinese e mira a un più efficiente uso delle risorse che aiuteranno la Cina a competere nel mondo. MIC20205 è solo una parte dell'obiettivo, la missione è più ampia. Vi sono infatti diversi piani del governo cinese previsti entro il 2035. Entro il 2030 sono fissati obiettivi su innovazione prodotto, scienza tecnologia. Trasformazione industriale della Cina: Dongguan prima città che investirà per produrre macchine e prodotti industriali nel proprio territorio (prodotti innovativi ad alto valore aggiunto, 5G, semiconduttori e AI) con l'obiettivo di trasformare l'industria tradizionale in un'efficiente catena del valore. La Cina del lungo periodo sarà verde. Automazione, robotica nel campo nella cura e nella salute pubblica è un altro ambito di business e di investimento.

Al termine della sessione istituzionale, si sono susseguite le **sessioni parallele** sul tema “La meccanica in Cina tra nuovi scenari di mercato e piani del governo, sfide e opportunità” con i seguenti 3 panel:

- **Panel 1 - Focus: Impianti e Tecnologie**
- **Panel 2 - Focus: Beni Strumentali**
- **Panel 3 - Focus: Meccanica Agricola**

PANEL 1 - IMPIANTI E TECNOLOGIE (partecipanti 45; dalle 11.30 caduto collegamento: dimezzata platea)

Moderatore: Antonio Tagliati, Sales & Marketing Manager APAC, ISB Bearing China (Shanghai) & Vice-Coordinatore del Gruppo di Lavoro della CCIC, Manufacturing Engineering Working Group (MEWG)

Economia cinese in forte crescita, prevista nel 2021 del 8,4%. Crescita – seppur lieve - anche nel 2020, anno dello scoppio della pandemia, che è stata controllata (social security). Crescita anche nella domanda e negli investimenti. Avanzamento tecnologico dell'industria locale.

Bruno Fierro, Vice Presidente con delega all'Internazionalizzazione ANIMA

Viaggi in Cina sin da 1989, la Cina vede oggi la meccanica italiana come protagonista. In Cina bisogna starci, non solo vendere, cercare e dare collaborazione con le imprese cinesi (assistenza nella tecnologia fornita). Continuare a comunicare forte leadership, importante inoltre lavorare con la rete italiana.

Alessandro Durante, Direttore Relazioni Esterne e Internazionali, ANIMA

Concorda che l'azione in Cina non deve essere "mordi e fuggi", ma concordata e pianificata con il network italiano. Importante la specializzazione del prodotto in un mercato così grande come quello cinese. Confronto con chi in Cina c'è già. L'impiantistica è in grande crescita: dal 2016 al 2020 l'export di componenti/meccanica sono passate da 800 milioni a 1.200 milioni di euro. Tecnologie tradizionali di cui la Cina ancora necessita. Importante localizzare la produzione ma anche continuare a valorizzare l'eccellenza italiana. La scelta di andare in Cina è vincente se c'è specializzazione.

Simone Trazzi, APAC COO, UFI Filters Shanghai

Fondata nel 1971, UFI Filters è un leader globale nelle tecnologie della filtrazione e del thermal management. I suoi prodotti vengono impiegati in molteplici settori – dall'automotive, aerospaziale e nautico ad applicazioni idrauliche customizzate e specifiche per l'industria.

In Cina hanno 6 stabilimenti, 26 uffici commerciali e 1 centri di ricerca e sviluppo per un totale 2.000 impiegati ed un fatturato annuo (2020) di 182 milioni di euro.

Massimiliano Maria Palaia, Country Manager, Caprari Pump Shanghai

Il gruppo Caprari è tra le principali realtà internazionali nella produzione di pompe ed elettropompe centrifughe e nella creazione di soluzioni avanzate per la gestione del ciclo integrale dell'acqua. Produzione improntata all'export. Sede a Modena, all'estero conta 10 filiali e numerosi partner commerciali e di assistenza. La filiale della Caprari in Cina si trova a Shanghai, con 14 dipendenti, importano dall'Italia ed effettuano solo operazioni di assemblaggio, poiché è importante per loro poter assicurare il cliente che i pezzi sono made in Italy.

Miguel Angel Fabra, Managing Director, Modula (China) Automotion Equipment

Modula (sistema di stoccaggio verticale) nasce nel 1987 prima come prodotto, evolvendo poi ad azienda e diventando secondo player a livello mondiale e con maggior crescita negli ultimi anni.

Nel 2010 il primo Modula è stato installato in Cina e si percepisce il grosso potenziale del mercato cinese. Nel 2017 iniziano a produrre in Cina con partner cinese e nel 2019 Modula China inaugura la propria fabbrica, che copre il mercato cinese ed in futuro quello asiatico.

Domanda su situazione della Supply Chain in Cina:

Caprari - Palaia: la situazione è ancora complessa, ma la pandemia non sembra aver impattato così negativamente. Caprari Group cerca di mantenere un ottimo livello di coordinamento con la sede italiana, monitorando costantemente la situazione dei fornitori e cercando di anticipare le richieste e gli ordini per essere pronti con materiale e produzione. Stanno valutando effettivamente eventuale localizzazione della produzione in loco, ma ribadisce l'importanza di poter dire che il prodotto è made in Italy (quindi solo assemblato in Cina), anche se si andrà verso il made by Italians.

Domanda su prospettive del mercato cinese nel breve termine:

Fabra – Modula: il mercato cinese è in continuo cambiamento. Si sta assistendo ad una trasformazione della struttura industriale verso un aumento della qualità e della tecnologia da parte dei costruttori cinesi. Il gap qualitativo con l'industria cinese si sta assottigliando (industria automotive, aerospace, energia). Si produce per il mercato interno. "Made in China with Italian Technology". Importante come sempre è l'attenzione all'assistenza.

Trazzi – UFI Filters: il 2020 è stato per loro un anno record. Il mercato cinese si è ripreso brillantemente ed è un mercato che si sta focalizzando sui consumi interni. Richiesta innovazione soprattutto per quanto riguarda l'automotive che ha visto un'enorme crescita (20 milioni di autoveicoli), tendenza verso decarbonizzazione quindi verso forni di energia pulita, spinta verso la digitalizzazione.

Domanda se a distanza di anni si considererebbe nuovamente la Cina come mercato prioritario per investimento

Trazzi – UFI Filters: assolutamente sì. La supply chain è vastissima e di buona qualità, in crescendo. Si sono incrementati e diversificati gli incentivi ad investire (sgravi fiscali, agevolazioni sull'acquisto di terreni, agevolazioni per produzioni hi-tech). Le amministrazioni locali si fanno in quattro per attrarre eventuali progetti di investimento nelle loro aree.

Il tema conclusivo è stata l'opportunità offerta dalle piattaforme di e-commerce (Alibaba): tutti i panelisti si sono trovati d'accordo nel dire che la tendenza futura sarà di appoggiarsi anche a questi canali di vendita che però sembrano essere più adeguati alla gestione di componentistica che di macchinari.

PANEL 2 - FOCUS: BENI STRUMENTALI (partecipanti: 50)

Il moderatore **Carlo Nizia, Risk Manager, UFI Filters Shanghai e Vice-Coordinatore del Gruppo di Lavoro della CCIC, Manufacturing Engineering Working Group (MEWG)**, ha chiesto ai relatori del panel di presentarsi e introdurre brevemente il proprio settore e l'azienda.

Giuseppe Lesce, Presidente, FEDERMACCHINE. La Cina è un mercato dalle grandi opportunità e, data la sua complessità, ascoltare le esperienze vissute dalle aziende in Cina sarà di supporto e interesse di tutti. L'industria italiana beni strumentali in Cina è ben vista, ci riconoscono standard qualitativi elevati. Ci riconoscono flessibilità, forte personalizzazione dell'offerta, attenzione al servizio, e una forte componente di digitalizzazione. Per il settore dei beni strumentali italiano, la Cina è il primo mercato in Asia e quarto a livello globale. Il governo cinese realizza programmi ambiziosi e l'industria italiana è capace di rispondere alle richieste definite in questi piani grande alle potenzialità di collaborazione. Non mancano le difficoltà in quanto la Cina vuole raggiungere la leadership proprio nei nostri settori, in alcuni casi già entro il 2025 e questo ha un impatto sull'export. Siamo capaci di rispondere alle minacce con l'innalzamento della qualità e offrire un plus grazie anche alla capacità di offrire soluzioni automatizzate e digitalizzate per le quali in Cina si osserva una domanda in forte crescita. Grande attenzione anche al tema green. La Cina è e rimarrà un mercato enorme con piani di ammodernamento e sviluppo in molti settori del manifatturiero. Esiste un problema di dimensione delle aziende italiane ma i problemi in Cina li riscontrano anche le grandi aziende.

Tiziano Santonini, Vice Presidente, Santoni (Shanghai) Knitting Machinery. Nel 2009 si è trasferito in quando l'azienda ha chiesto il suo impegno diretto in Cina. Santoni è la prima azienda italiana a fare macchine per calze. Nel 2005 hanno trasferito alcune produzioni in Cina. Attenzione alla performance delle macchine, supply chain che supporti le esigenze di mercato non dimenticando l'identità italiana; uscire dal seminato, uscire dalle tradizioni con scelte difficili dal punto di vista tecnologico per passare a livelli produttivi diversi. L'azienda è stata fondata nel 1919; inizialmente vi era solo export verso la Cina poi hanno iniziato a produrre alcune macchine in loco nel 2008-2009, allargando poi la gamma macchine fino al 2010 in cui si sono accorti che non era più sufficiente basarsi su esperienze fatte nel loro ambito ma era importante confrontarsi e avere un approccio diverso quindi l'azienda ha acquisito imprese cinesi e questo è stato importante perché hanno fatto un salto con nuovi mercati, locali con prodotti locali. L'azienda è cresciuta negli anni e si prospetta un 2021 record da quando è in Cina. Producono *local su local*, anche per le esigenze che esprime il mercato domestico. Sforzo nel recepire normative per certificazione green europea e stessa operazione per prodotti in Cina.

Lorenzo Maffioli, Managing Director, IteMa Weaving Machinery (China). Dal 2007 in Cina, IteMa produce macchine per tessitura, nata attraverso diverse acquisizioni, sede a Bergamo. 1000 dipendenti (500 in Italia, 160 in Cina). Cina, Turchia, India, Italia sono i mercati principali, ma l'unico che servono con filiale completa (sia industriale che commerciale) è la Cina. Hanno un marchio

cinese YiDa, Itema Cina. 45 milioni di euro di fatturato della filiale in Cina. Con un giro di business di 60 milioni perché svolgono anche ruolo di agente per altri mercati.

Roberto Saponaro, General Manager, Eutron Kunshan Electronics Technology Co. Ltd. Da 2011 in Cina facevano parte del Gruppo Savio macchine tessili, nel dicembre 2020 sono stati acquisiti dall'azienda belga Vandewiele. Due divisioni: componentistica, elettronica. A seguito dell'acquisizione sono in una fase di ri-organizzazione delle attività in quanto ora hanno 5 stabilimenti in Cina. Eutron in particolare è dal 2003 in Cina, nel 2021 il gruppo ha fatto investimento per localizzazione con nuovo stabilimento che è l'attuale sede. 2 stabilimenti di elettronica uno in Italia e uno in Cina che fa schede elettroniche. Dopo l'acquisizione si sono aggiunte 4 unità produttive di elettronica, portando il totale a 6 nel mondo. 300 dipendenti, e circa 40 milioni di euro fatturato.

Al termine delle presentazioni, il moderatore ha dato un inquadramento di mercato e avviato la discussione con specifiche domande rivolte ai relatori.

L'economia Cinese crescerà dell'8,4% nel 2021. Il mercato cinese è rimbalzato più velocemente di qualsiasi altra economia del mondo, grazie principalmente alla gestione e al controllo della pandemia su tutto il territorio nazionale e grazie anche alla potente e ben organizzata macchina del Governo, di quella che viene chiamata in Cina "social security".

Il 14° piano quinquennale della Cina da pochi mesi presentato del Governo di Pechino - Guida per lo sviluppo del paese dal Governo Cinese - include un progetto denominato "Made in China 2025", è un'iniziativa per aggiornare e guardare al futuro e alla modernizzazione industriale dell'intera struttura industriale Cinese. Questa iniziativa trae ispirazione dalla ben nota "Industry 4.0" di matrice tedesca ma anche dal nuovo corso futurista dettato dal Presidente Xi Jinping.

D: Quali sono le prospettive per l'economia cinese nel breve, medio e lungo termine della tua azienda?

- Continua crescita mercato elettronico in Cina.
- *Local for local*: i clienti cinesi diventano i più esigenti per tecnologie avanzate e sviluppo del prodotto. Ciò spinge la ricerca dell'azienda che, in sinergia con la casa madre italiana, risponde alle richieste del mercato. Realizzazione in Cina di R&D con investimenti importanti e creazione di un centro di sviluppo materiali che vengono realizzati con loro macchine. La Cina non è un mercato maturo ma ricerca l'innovazione.
- Digitalizzazione: pagare un plus sul valore alla macchina. Questo è un vantaggio in Cina. Si imposta il tutto su infrastrutture già eccellenti.

La pandemia ha determinato forti cambiamenti in termini economici e di logistica influenzando pesantemente la supply chain mondiale con evidenti difficoltà, aumento della complessità e rischi nello stesso flusso del valore della "business continuity".

D: Come influisce la situazione attuale sulla vostra supply chain e-business community? Quale piano di azione avete adottato per ridurre i rischi della vostra azienda?

- Localizzazione della supply chain. A inizio 2021 hanno avviato progetti di migrazione di supply chain da Europa a Cina. Nel secondo trimestre di quest'anno l'azienda vuole ridurre la complessità con i fornitori, ridurre i costi import duty e di trasporto. Nel 2019 importavano il 70% mentre il 30% veniva acquistato in Asia. Oggi, a giugno 2021, importano solo il 40% di materiali, mentre il 60% viene acquistato in Cina, solo una piccola parte in Asia.

D: Rifarebbe investimento oggi?

- Sì, visti i ritorni dell'investimento, l'azienda chiude con fatturato 165 milioni di euro. Tuttavia, non è il solo elemento fondamentale; grazie a questo investimento hanno consolidato la leadership a livello internazionale. In Cina vi è una concorrenza aggressiva e affrontarla significa capire con chi ci si confronta.
- Fatturato migliore anno 2021 grazie al portafoglio ordini acquisiti, quindi sì lo rifarebbero, ma magari in modo diverso perché nel 2002 la Cina era diversa. Paese interessante anche come clienti. Local to local: seguono evoluzione del tessile cinese, che significa anticipare dei trend.

Suggerimenti:

- Avere una finestra sulla Cina per capire il proprio business. Investimento in Cina non è un investimento per produzione a basso costo per l'export. Ci stiamo trasformando in aziende che guardano al business local to local. Si guarda la Cina per la Cina. Quindi investimento in Cina deve essere mirato allo sviluppo del business in Cina. Importante avere un piano di investimento che miri a concentrare le risorse sullo sviluppo del mercato locale.
- Dipende dalle dimensioni dell'azienda. Più si è grandi più si è dominanti. La qualità e la tecnologia rappresentano un altro elemento dominante. Se si hanno tecnologie da offrire, le PMI si devono associare e aprire rapporti di collaborazione.
- Capitalizzazione: quando si imposta il programma di investimenti in Cina si scopre che esiste pressione che può portare ad un errore nella capitalizzazione. Pianificare fonti finanziarie. Abbiamo SACE per esempio. Hanno anche usato prestiti intercompany.
- Localizzazione: scelta della location. Troppo sopravvalutato il costo del lavoro nei business plan. Se proprio si valuta costo del lavoro è necessario vedere location in orizzonte di 10 anni. Ci sono zone con incentivi ma in 3-4 anni si potrebbe avere un problema di disponibilità della manodopera. Piuttosto, si dovrebbe vedere il costo supply chain, dove sono i fornitori, impatto dei costi di trasporto, e cercare posizione baricentrica in questo. Incentivi locali: non improvvisare; anche per dimensioni di investimento non enormi conviene assumere un legale per interloquire con i locali e che possa negoziare, per esempio, costi su utility nella fase di avviamento.
- Da considerare nel business plan investimento già integrato con valutazione azioni da intraprendere per ottenere la qualifica di high technological company, con cui si ha uno sconto sulla corporate income tax, e quali azioni fare nel breve per rendere la sede cinese un regional headquarter asiatico con cui si ottengono importanti finanziamenti. Software gestione macchine, analizzare copyright delle macchine. Iva più bassa rispetto a quella sulla macchina. Quindi attenzione alla fatturazione separata.
- Da valutare anche il modello multi-sito: strutture flessibili snelle, operations e altra sede con service.

Q&A

Ci sono vincoli dal punto di vista del governo cinese, sulle percentuali di share in una partnership con partner cinese?

Non ci sono più i limiti del passato.

Per ottenere la qualifica di high technological company si guarda al numero di brevetti registrati in Cina con sistema cinese. Organizzarsi per prendere atto che per la parte brevetti è opportuno organizzarsi per presentare le domande in Cina. È la prima condizione per essere high technological company e ottenere uno sconto sulla corporate income tax.

21.06.2021