

Relazione webinar ICE Agenzia – UCIMU “Current situation and future perspectives for relevant Machine Industry customer groups in Germany (automotive, medical devices and aerospace)”

A cura della Direzione Marketing di UCIMU SISTEMI PER PRODURRE

Giovedì 4 giugno si è svolto il webinar “Current situation and future perspectives for relevant Machine Industry customer groups in Germany (automotive, medical devices and aerospace)”, organizzato da ICE Agenzia (ufficio di Berlino) in collaborazione con UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE e la testata specializzata tedesca MM MaschinenMarkt (Vogel Communications Group).

L’iniziativa, a cui hanno aderito 66 tra aziende associate e non a UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE, si inserisce nell’ambito dell’attività “Insieme ci riprenderemo” avviata a marzo dalla Direzione Marketing dell’Associazione in collaborazione con ICE Agenzia per fornire alle imprese informazioni qualificate sui principali mercati internazionali circa gli impatti del covid-19 e le conseguenti misure messe in atto dai singoli governi per arginarli.

La Germania è stata individuata, tra gli altri, come Paese target per l’iniziativa in quanto mercato di riferimento per le imprese del settore. Dopo un 2019 fiacco e con un inizio di recessione tecnica, la Germania sta affrontando (come il resto del mondo) una situazione di forte incertezza circa il futuro dell’economia e dell’industria. Focus dell’incontro le prospettive di importanti industrie nostre clienti: automotive, aerospace e medicale.

ICE Berlino ha individuato e, d’accordo con UCIMU, coinvolto come relatore Mr. Benedikt Hofmann, Caporedattore di MM MaschinenMarkt, che ha tenuto il proprio speech in lingua inglese seguendo la sua presentazione sugli argomenti appena citati. È disponibile la video registrazione al seguente link: <https://playback.lifsize.com/#/publicvideo/015d5266-2c47-4883-9d6a-56df2895b22c?vcpubtoken=9a99e142-16ae-4f06-9db9-1920abde6c3d>

Il dr. Alfonsi (direttore ICE Berlino) e il dr. La Porta (vice direttore ICE Berlino) hanno introdotto e moderato i lavori, con l’ing. Nicolai di UCIMU e il dr. Lucarelli (ICE Agenzia, direttore ufficio tecnologia industriale, energia e ambiente) che hanno ringraziato Mr. Hofmann per fornirci un indirizzo sugli sviluppi del mercato tedesco ribadendo così la centralità della Germania quale mercato di riferimento per le imprese italiane del settore sia per la domanda che per la concorrenza: nel 2019 è stata il primo partner commerciale dell’Italia come mercato fornitore ed il secondo come mercato di sbocco. Le esportazioni italiane per il comparto si sono attestate su un valore complessivo di 375,7 milioni di euro, in calo del 4,7% rispetto al 2018.

Di seguito si riportano i passaggi dell’intervento di Mr. Hofmann:

1. Trend del PIL tedesco dal 2013 al 2020: dal secondo trimestre del 2013 all’ultimo del 2019 c’è stata sempre crescita mentre nel primo trimestre 2013 e 2020 c’è stato un calo sostenuto entrambe le volte.
2. Indice degli ordini nel manufacturing: crollo verticale nel 2009, nel pieno della crisi economico-finanziaria, ripresa vigorosa già nel corso del 2009, trend stabile e spesso in crescita tra il 2010 e metà 2018, flessione contenuta da metà 2018, leggera ripresa a inizio 2019 con ritmo altalenante nel corso dell’anno e 2020 iniziato, per ovvie ragioni, con crollo consistente.
3. Prima della pandemia i principali ostacoli alla crescita del business in Germania erano riconducibili ad una debole domanda di prodotti, alla mancanza di lavoratori qualificati, all’incremento per le imprese della pressione sul controllo dei costi e dagli sviluppi politici all’estero (ad esempio la crescente tensione nei rapporti tra USA e Cina che ancora oggi persiste nonostante tutto);
4. Le sfide e le principali tematiche che riguardano il presente della Germania: drammatico calo della domanda, problemi nella supply chain, restrizioni alla mobilità, problemi di liquidità delle aziende.
5. Secondo un sondaggio PwC condotto tra il 6 febbraio e il 2 marzo 2020 (quindi prima del lockdown), le aziende produttrici di macchinari in Germania prevedevano, in media, un calo del fatturato del 9,9%. Secondo un altro sondaggio, poi, questa volta condotto da VDW (associazione omologa UCIMU), gli ordini sarebbero calati in questo periodo del 25% rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente.

6. Attuali chance per il manifatturiero: digitalizzazione (con attenzione alla protezione dei dati), nuovi business model che tengano conto soprattutto della necessità di porsi come sviluppatori di software per i propri macchinari e dell'apertura a nuovi contesti, a nuovi mercati.
7. Automotive
 - a. Previsioni prima del covid davano un incremento costante delle vendite di autoveicoli sino al 2023;
 - b. Con il covid il crollo degli ordini di nuovi veicoli è stato drammatico;
 - c. Temi: sostenibilità ambientale e sfide lanciate da Tesla;
 - d. Peso rilevante della Cina per le case automobilistiche tedesche: lo sviluppo nel mercato cinese deve essere continuamente considerato;
 - e. La produzione dei motori a combustione si ridurrà, ma difficile quantificarne il calo nei prossimi anni;
 - f. Il mercato in Cina crescerà ancora con una perdita relativa dei motori a combustione;
 - g. Le grandi case automobilistiche passeranno la pressione sui costi ai loro fornitori;
 - h. Mentre il mercato automobilistico continua a crescere, parte della quota si sposterà dall'Europa all'Asia;
 - i. La complessità dei prodotti aumenterà con conseguente richiesta di lavorazioni meccaniche;
 - j. Le auto elettriche richiedono il 72% in meno di lavorazioni meccaniche rispetto alle auto convenzionali;
 - k. Incertezze legate all'idrogeno (con motori più simili a quelli a combustione). Bmw dovrebbe lanciare sul mercato primo veicolo a idrogeno nel 2022.
8. Aerospace
 - a. Settore messo in cattiva luce per gli aspetti ambientali; ha subito il crollo del traffico a causa della pandemia, con effetti già registrati in termini occupazionali;
 - b. Al momento previsioni difficili sulla ripresa.
9. MedicaLe
 - a. Settore che sta assumendo sempre più rilevanza per via dell'incremento dell'età media della popolazione;
 - b. Basato su lavorazioni ripetitive e di alta precisione, quindi richiede investimenti in macchine di alta qualità;
 - c. Sembrerebbe essere immune dalle fluttuazioni economiche.
10. Suggerimenti per il futuro:
 - a. Molte aziende devono affrontare una forte pressione sui prezzi e devono aumentare la loro produttività. La soluzione vincente è la digitalizzazione con cui collegare dati e macchine e sfruttare nuove possibilità come la manutenzione predittiva.
 - b. Essere agili e fornire soluzioni immediate ai clienti adattandosi prontamente ai cambiamenti del mercato.
 - c. La Germania è il focus dell'automotive ma probabilmente non sarà più il suo futuro e quindi occorre investire per approcciare nuovi mercati.

Nicolai ha commentato che i temi della digitalizzazione, produttività, flessibilità saranno tra quelli più dibattuti in sede della 32.BI-MU, che si terrà a FieraMilano dal 14 al 17 ottobre 2020. Tornando al tema automotive (molto interessanti le conferme sul medicale, settore che però può rappresentare un consumo di macchine utensili assai ridotto rispetto all'auto), ha chiesto a Hofmann se in Germania dopo la crisi del coronavirus si potrebbe registrare un rallentamento degli investimenti nei veicoli elettrici o se invece le recenti notizie di acquisizioni in Cina da parte di un importante costruttore di auto (VW) fanno pensare a una conferma di questa tendenza. Hofmann ribadisce la centralità del tema soprattutto sul piano dell'opinione pubblica tedesca, sempre più convinta di voler procedere a un cambiamento di paradigma nella propria mobilità.

Ai partecipanti è stata offerta la possibilità di porre domande via mail e via chat a cui ICE Berlino risponderà in privata sede nei prossimi giorni.

Il webinar è durato un'ora come da programma e ha avuto circa 65 visualizzazioni collegate quasi tutte fino al termine.

