

53° FEST Congress: Italia ed Europa, i “numeri” della crisi



La Sala Convegno dell'Hotel Parco dei Principi di Roma

Oltre 350 persone hanno preso parte al 53° congresso europeo della FEST, la federazione che raggruppa le associazioni nazionali dei distributori idrotermosanitari di Austria, Belgio, Svizzera, Repubblica Ceca, Spagna, Germania, Danimarca, Finlandia, Gran Bretagna, Ungheria, Italia, Lussemburgo, Olanda, Portogallo e Svezia.

Le 15 associazioni rappresentano complessivamente 2000 membri, 5500 filiali e 150.000 dipendenti, per 50 miliardi di fatturato in euro. L'evento si è tenuto a Roma dal 4 al 6 ottobre scorso, presso l'hotel Parco dei Principi ed è stato caratterizzato da un'analisi approfondita relativa agli effetti negativi della crisi economica mondiale e, in particolare, alle pesantissime ripercussioni che stanno interessando il comparto dell'edilizia ed il mercato della distribuzione idrotermosanitaria a livello europeo.

In occasione di questo importante evento, è stata consegnata a tutti i congressisti la sintesi del rapporto di ricerca CRESME dedicato al “Mercato delle costruzioni in Europa: gli scenari evolutivi nel periodo 2012 – 2015”.

Il quadro d'insieme relativo agli scenari della crisi e agli strumenti su cui far leva per continuare a competere è stato completato dagli interventi di quattro docenti universitari, con un focus particolare sulle rispettive discipline: Alberto Bubbio (strategia aziendale); Roberto Schiesari (finanza); Luciano Traquandi (gestione risorse umane); Massimiliano Serati (economia politica).

Oltre al convegno, che ha avuto luogo venerdì 5 ottobre, il “FEST Congress” ha previsto diversi eventi collaterali di particolare attrattiva, come la visita guidata ai Musei Vaticani e la cena di gala a Palazzo Rospigliosi.

Inoltre, in occasione del congresso europeo, l'attuale Presidente ANGAISA Mauro Odorisio ha assunto formalmente, per il prossimo biennio, anche la carica di Presidente FEST.

Ricordiamo che l'evento è stato realizzato con il contributo delle aziende “main sponsor” CARLO NOBILI RUBINETTERIE, IBP GROUP, ROCA, TOTO, dell'azienda “sponsor” GEBERIT e con la partecipazione di MOSTRA CONVEGNO EXPOCOMFORT.

Nell'ambito della manifestazione è stato inoltre organizzato un torneo di golf, riservato a coloro che si erano iscritti al congresso, realizzato in collaborazione con l'azienda “main sponsor” CARLO NOBILI RUBINETTERIE e che si è tenuto presso il Circolo di Golf di Roma Acquasanta nella mattinata del 4 ottobre.

Per consentire comunque a tutti i Soci di apprezzare i contenuti culturali del convegno, abbiamo ritenuto opportuno dedicare un numero “speciale” di “ANGAISA Informa” al 53° FEST Congress, estrapolando alcuni dei passaggi più significativi dei singoli interventi, senza alcuna pretesa di esaustività.


Vi confermiamo che gli “Atti” contenenti le slide e le trascrizioni integrali dei principali interventi sono in corso di preparazione e saranno trasmessi via mail a tutti i congressisti che avevano partecipato all'evento.

Coloro che non hanno avuto la possibilità di partecipare al congresso potranno comunque acquistarli, facendone richiesta alla Segreteria ANGAISA (damiani@angaisa.it).

Il Segretario Generale
Dott. Corrado Oppizzi



Mauro Odorisio, nuovo Presidente FEST e Sue Knight, attualmente “Past President”

 <p>53° Congresso Fest Roma, 4 • 6 Ottobre 2012 Hotel Parco dei Principi</p>	Main sponsor		Sponsor	Patrocinio	Organo stampa
	 	 			

LORENZO BELLICINI

Esperto di economia delle costruzioni e di trasformazioni urbane e territoriali e Amministratore Delegato di CRESME RICERCHE.

Il mercato delle costruzioni in Europa 2012-2015

"La crisi del settore delle costruzioni europeo è la crisi delle nuove costruzioni".

Il tema può essere introdotto da due precise "parole d'ordine": "riduzione" e "riconfigurazione", ma avremo modo di vedere che "riconfigurazione" è ancora più importante di "riduzione". Il settore delle costruzioni è uno dei motori principali dello scenario della crescita economica in molte parti del mondo e vale complessivamente quasi € 6.000 miliardi.

Il problema è che l'Europa, così come le altre economie avanzate, non è protagonista delle quantità. Già oggi il 44% del settore delle costruzioni mondiali è spostato verso l'Asia; l'Europa, storicamente il principale mercato delle costruzioni mondiale, vale il 28% del mercato mondiale mentre il Nord America, unitamente agli Stati Uniti, Canada e Messico, vale il 17% del mercato mondiale. Oggi in Europa il settore delle costruzioni vale il 10% del prodotto interno lordo. A seguito della crisi 2008-2009 nello scenario economico c'è stato un rallentamento dell'economia mondiale. Il 2012 è un anno difficile e la crescita sarà del 3,5% (previsioni di luglio).

Il problema è che questa dinamica dell'economia mondiale vede certamente il rallentamento della crescita in alcune economie emergenti.

Queste ultime un tempo venivano chiamate "economie di sviluppo", ma data la dimensione della loro domanda media, potrebbero essere ormai chiamate "economie emerse".

Per quanto riguarda l'economia avanzata, abbiamo problemi che riguardano lo smaltimento del debito, il rallentamento dei consumi, la perdita di fiducia e le politiche di austerità che i governi sono stati costretti a mettere in atto. In sintesi, abbiamo tre problemi tra tanti altri: una recessione contenuta ma pur sempre una recessione, un rallentamento delle economie emergenti e il fiscal cliff degli Stati Uniti.

Facendo un confronto dell'andamento del mercato delle costruzioni nei vari paesi, notiamo un'eccezionale crescita delle economie asiatiche, una caduta rispetto al picco raggiunto nel 2007 in Europa, negli Stati Uniti e nel Nord America, una forte caduta seguita da una stabilizzazione nello scenario previsionale, infine una crescita in Sudamerica e in Africa.

Tra il 2006 e il 2010 in Europa il settore delle costruzioni è diminuito dell'11,7% in valori costanti, in Nord America è diminuito del 24%, in Asia è cresciuto del 37%, in Africa del 40%, in Sudamerica del 44% e in Oceania, però a livelli più alti di partenza, del 24%. Questa è la forbice dell'andamento del mercato delle costruzioni.

La Cina oggi ha un mercato delle costruzioni che è due volte quello degli Stati Uniti, il Giappone è il

terzo mercato mondiale, la Germania il quarto, il Canada il quinto. Poi vengono la Francia, l'India che ha superato l'Italia, poi il Regno Unito, il Brasile e poi l'Indonesia che attualmente sta crescendo e sta raggiungendo l'Australia che comunque sta crescendo, poi la Corea del Sud, la Russia e il Messico. L'Europa sarà considerato sempre più come il mercato della riqualificazione e non della nuova costruzione. Il mercato delle costruzioni europeo nel 2011 vale € 1.319 miliardi secondo le nostre stime, il rinnovo e la manutenzione valgono il 51% del mercato e il 27% è il rinnovo nell'edilizia residenziale, uno dei settori più importanti per l'idrotermosanitario. Questo è il trend degli investimenti in costruzioni in Europa dal 2000 alla previsione del 2014.

Lo scenario è abbastanza semplice da delineare: c'è stato un 2011 in cui le cose sono andate meglio di quello che pensavamo e tutte le stime sono state riviste al rialzo, non una grande crescita ma meglio di quello che ci si aspettava. C'è un 2012 difficile e in peggioramento soprattutto nella seconda parte dell'anno e un 2013 che possiamo ipotizzare di stabilizzazione debole, con qualche elemento di rischio. Finalmente nel 2014 alcuni paesi dell'Europa più debole, quella meridionale, tra cui l'Italia, per quanto riguarda il settore delle costruzioni, potrebbero uscire da una difficilissima fase di crisi.

ROBERTO SCHIESARI

Professore aggregato di economia, direzione delle imprese e Corporate Finance e docente nel Master of Management presso l'Università di Torino.

Sostenibilità e cambiamento: quale ruolo per la finanza nei processi di cambiamento?

"Oggi il problema fondamentale non è rappresentato dal tasso di interesse, ma dall'accesso al credito".

La situazione nei singoli mercati è estremamente eterogenea. Il fattore di rischio è rappresentato da un'estrema "volatilità", che identifica una situazione soggetta a cambiamenti repentini. C'è l'esigenza di sostenere un periodo in cui si allungano continuamente i tempi della ripresa: 2014, 2015 ecc. Nel 2008 si parlava di tempi molto più vicini dopo la crisi nel 2009, ma i tempi si allungano, chiaramente in maniera molto diversa nei diversi paesi europei. Consideriamo i tassi medi di crescita delle economie nel periodo 2008-2012. Notiamo livelli di crescita completamente diversi tra Europa meridionale, Irlanda, Gran Bretagna e gli altri.

Le previsioni di crescita del Pil anche in questo caso sono diversificate. Le aspettative sono per una certa tendenza di ripresa: non per tutti e sicuramente non una vera ripresa (qualcuno sostiene che si può parlare di vera ripresa solo quando si supera il 2% di tasso di crescita). Le incertezze sono notevoli anche negli Stati Uniti: cosa succederà se finiranno certe politiche espansive monetarie? Pensando ai rischi legati alla stabilità finanziaria, molti analisti pensavano che saremmo tornati dalle vacanze senza euro, ma non lo dicevano solo gli analisti. Il fatto che i Bund tedeschi fossero

venduti a meno del valore nominale (e quindi investire in Bund tedeschi significava avere un tasso di interesse negativo), voleva dire che capitali enormi stavano acquistando un'assicurazione sull'euro. Questi scenari si sono leggermente allontanati ma sicuramente non siamo ancora passati a una fase di stabilità. Questi differenziali ci aiutano a dire che è molto difficile parlare di Europa quando queste differenze sono così grandi anche nei mercati finanziari.

Le incertezze e le emozioni sono elementi importanti, cioè la fiducia e le emozioni sono elementi che caratterizzano i nostri mercati. Ci sono stati dei miglioramenti rispetto allo spread, ma non siamo ancora fuori dalle difficoltà e in un mercato di investimento come è il mercato edilizio, quando ci si mette a fare investimenti per la propria casa o per delle strutture, la fiducia è estremamente importante perché si scommette sul futuro. Nel corso degli anni le banche europee hanno progressivamente ridotto il loro livello di capitalizzazione, cioè hanno fatto leva finanziaria, hanno indebolito il loro capitale proprio e sono sorti problemi sulla stabilità finanziaria del sistema.

Oggi il sistema bancario a cui le imprese, il mondo produttivo e le famiglie guardano come "aiuto" per ripartire, non stanno così bene; le banche stanno cercando di recuperare capitalizzazione, cioè rapporto fra capitale proprio e attività, e quindi assorbono risorse, pensate agli aumenti di capitale che assorbono risparmio e che invece di andare in altri investimenti vanno a ricapitalizzarlo. E il credito alle imprese? È chiaro che i livelli di partenza sono molto diversi, ma anche nei paesi più importanti vediamo che il tasso è in diminuzione, cioè il 2012 vede una minore facilità di accesso al credito.

Oggi il problema fondamentale non è rappresentato dal tasso di interesse, ma dall'accesso al credito. Di fatto negli ultimi tempi c'è una tendenza da parte delle imprese europee a percepire una sempre maggiore difficoltà nell'ottenere credito e disponibilità finanziaria da parte delle banche. Le difficoltà, l'appesantimento dei tempi di pagamento sono un fortissimo segnale delle difficoltà del mercato.

Le aziende che hanno peggiorato il grado di circolante, cioè clienti e magazzino rispetto al fatturato in alcuni anni, quasi sempre sono state quelle che sono andate peggio anche dal punto di vista operativo negli anni successivi. In altre parole, un peggioramento del ciclo di circolante inteso come tempo di pagamenti ai clienti a rotazione di magazzino è un'avvisaglia di difficoltà futura e pesante nel tempo. Le banche, prima di poter concedere il nuovo credito come si auspica, devono cercare di risolvere il problema del credito dato precedentemente.

Bisogna ripensare le strategie. Siamo assolutamente convinti che il modello che ha funzionato per molti anni "più credito do, più sono in grado di sviluppare il fatturato, non posso fare diversamente" sia la strada giusta? Io non dico di no, certo che è importante il settore in cui facciamo il credito, ma dove investiamo? Qual è il profitto, qual è il rischio e qual è la perdita? Attenzione: non è solo un problema di rischio di perdita su crediti importanti, ma un rischio di liquidità.

I clienti che continuano a rimandare i tempi di pagamento mi mettono in grossa crisi e mi blocca-

no altri elementi. Avere una gestione finanziaria positiva e che comunque vi lasci liberi nelle decisioni è un elemento importantissimo perché in questo momento è possibile anche fare delle operazioni di crescita. Come l'innovazione deve essere integrata, come la qualità deve essere integrata, anche la finanza deve essere integrata.

ALBERTO BUBBIO

Professore associato di Economia Aziendale e Responsabile di Programmazione e Controllo e di Advanced Management Accounting presso l'Università Cattaneo - LIUC (Castellanza).

Alla conquista del futuro: alcuni suggerimenti per gli imprenditori della distribuzione ITS

"La ripresa ci sarà nel 2016... Basta arrivarci!"

Se consideriamo gli ultimi "numeri" disponibili a livello europeo, ci rendiamo conto che questa è proprio una crisi europea, non è una crisi italiana. Dal settembre 2008 noi siamo in ginocchio; ogni tanto ci alziamo su una gamba e poi ci troviamo di nuovo in ginocchio; siamo nel settembre 2012. Pensate a quanto tempo è passato e pensate a quanto tempo ci rimane ancora davanti prima di poter vedere una ripresa degna di questo nome. Poi è chiaro che qualche piccola ripresa qua e là o qualche momento o segnale positivo ci sono. La crisi non è finita, ma per fortuna se siamo qui, il peggio dovrebbe essere passato. Per il 2016 sono tre anni e quattro ne abbiamo alle spalle, poi ci sarà qualche piccolo segnale positivo già a partire dal 2014 o 2015, ma poco.

Il futuro è delle reti d'impresa che non sono i gruppi d'acquisto, sono le reti d'impresa e le reti d'impresa potrebbero essere anche delle reti di imprese internazionali, una italiana, una francese ecc. Il concetto è chiaro? Non è il gruppo d'acquisto che ha l'obiettivo di tagliare i costi dei prodotti, è una rete che ha l'obiettivo di aumentare la potenzialità di fuoco in un'azienda a parità di costi. Cerchiamo di ragionare sullo scenario prossimo venturo. La prima domanda da porsi è questa: ci saranno ancora i nostri clienti finali? I clienti per l'ITS ci saranno sempre, però attenzione: questa domanda, che può sembrare stupida, qualcuno non se l'è posta. Kodak non c'è più, una multinazionale che faceva fatturati impressionanti con la carta da fotografia. Perché? Voi tutte le fotografie digitali che scattate le stampate? E se le stampate usate carta patinata o carta A4 normale? E' proprio una questione di business che è completamente cambiato.

La foto c'è ancora, però è fatta in modo diverso. Attenzione, lo show room ci sarà ancora, ma sarà fatto in modo completamente diverso. La distribuzione in tutti i settori è cambiata, ha fatto innovazione. Attenzione, se penso che lo show room sia il top dell'innovazione ancora una volta non ho capito niente. Lo show room è un punto di passaggio per avvicinarsi sempre più a quello che è il cliente finale.

Comunque la prima azione da adottare è questa: investire nelle persone, nel team. Secondo suggerimento:

liberarsi di eventuali zavorre presenti a bordo, ad esempio nei magazzini. Terzo e ultimo suggerimento: attenzione, voi siete sconosciuti e il "Brand awareness" e la comunicazione sono concetti fondamentali. Chi dà comunicazione è vincente, chi informa è vincente. Questi sono i dati vostri dell'osservatorio ANGAISA 2008-2010. Come vedete i crediti sono aumentati di una ventina di milioni, ma non è una cosa così mostruosa. Sapete perché i crediti sono aumentati? Ve lo dico io: perché voi vendete indiscriminatamente a chiunque: questo è il problema. Non si può, oggi bisogna essere selettivi e dovete essere selettivi. Se non imparate a essere selettivi, sarete forse costretti a cambiare mestiere.

LUCIANO TRAUQUANDI

Ingegnere Elettronico e Professore di Psico - Sociologia Aziendale presso l'Università Cattaneo - LIUC (Castellanza).

La gestione delle risorse umane in una prospettiva di globalizzazione. Cosa cambia nel contesto Europeo?

"Non esistono schemi e modelli predefiniti per 'gestire' la globalizzazione".

Come possiamo gestire ciò che chiamiamo con un'espressione molto generica "risorse umane"? Fino ad oggi le risorse umane erano le persone sotto di noi in azienda, ovvero i nostri subordinati o collaboratori.

Ma le nostre risorse umane nell'attuale scenario globalizzato (un'altra parola chiave è "globalizzazione"), non sono solo coloro che lavorano per noi o coloro che lavorano con noi. Perciò nella nostra piccola chiacchierata di oggi le risorse umane saranno per noi molto di più delle persone che possiamo controllare e di cui possiamo disporre per poter guadagnare. Saranno tutte le persone con le quali lavoriamo, inclusi i clienti, che dovranno collaborare, inclusi i fornitori, tutti i partner e ovviamente inclusi i dipendenti. Il problema è qui e ora.

Non c'è via di scampo. Siamo di fronte a un fenomeno altamente interconnesso perché la globalizzazione è qui. Come dobbiamo agire a livello aziendale per raggiungere il successo con persone che vengono da nazioni, continenti, regioni, aree o paesi diversi? La globalizzazione esiste, ma sfortunatamente i confini di questa globalizzazione sono assolutamente oscuri. Fino ad ora abbiamo sempre usato un ottimo metodo per gestire le differenze ed era quello di misurare e dare definizioni di una qualche sorta. Misurare le cose è una tipica ossessione del mondo occidentale.

Cerchiamo di misurare tutto perché crediamo che misurando possiamo gestire il problema. Entrano in gioco diversi parametri. Un esempio significativo. La distanza dal potere. La distanza dal potere non è legata ai soldi o alla posizione, ma piuttosto alla psicologia, ovvero alla percezione della distanza dal potere da parte dei subordinati.

L'Italia è davvero un Paese fantastico in questo senso, perché noi italiani fingiamo di rispettare il

nostro capo e quindi mostriamo un'apparente distanza dal potere, ma appena il capo non ci vede, facciamo come vogliamo noi. Non siamo maleducati.

Semplicemente rispettiamo il nostro capo, ma non accetteremo mai di fare ciò che ci dice di fare. Poi c'è un altro parametro curioso: l'individualismo. Quando abbiamo a che fare con le persone, è molto importante sapere se appartengono a una cultura individualista o collettivista. Provate a indovinare com'è la situazione in Italia rispetto a questo parametro.

Come siamo noi e come ci vedono i tedeschi? Molto individualisti o collettivisti? Collettivisti perché abbiamo molto il senso della famiglia. Se ci osserverete più da vicino però, noterete che anche con i nostri familiari siamo in realtà molto egoisti. Al primo posto tra gli individualisti ci sono gli americani; mentre le culture più collettiviste sono quelle di Guatemala, Ecuador, Panama e Venezuela, ovvero tutti quei luoghi che hanno una cultura matriarcale in cui le donne hanno il potere sugli uomini. Non potete usare modelli nati all'IBM negli anni '70 per capire e gestire la globalizzazione di oggi. Noi non saremo mai pronti. Sarà impossibile essere preparati.

Ascoltate le persone. Non cercate di capirle, ma ascoltatetele. Ascoltate i vostri clienti. Ascoltare è ancora più importante che parlare. Non pensate a quale sia la cosa giusta da dire quando vi trovate in un diverso contesto culturale. Cercate solo di ascoltare. Reagite e non restate immobili o inerti.

Date un feedback. Forse sarà sbagliato, anzi, probabilmente lo sarà. Forse non verrete compresi, ma starete in un qualche modo dicendo al vostro interlocutore che ha prodotto una reazione in voi. Infine un consiglio molto importante. Tra le varie culture è impossibile raggiungere dei risultati comuni se non c'è la partecipazione di tutti.

A volte la gente crede che delegare agli altri significhi far partecipare gli altri, ma non è così. Partecipazione significa che dobbiamo consentire ai nostri collaboratori, ad esempio, di dare il loro contributo rendendosi conto di quelle sono le nostre lacune. Questa è l'era dell'incompetenza. Per favore, assicuratevi di restare incompetenti perché solo se sarete incompetenti, permetterete alla gente di dare il proprio contributo.

LORENZO BELLICINI

La distribuzione idrotermosanitaria nell'era della selezione: scenari e modelli distributivi in competizione.

"Un Mercato diverso, complesso, in costante evoluzione".

Quali sono le caratteristiche della crisi in atto, a livello europeo, nel settore idrotermosanitario? La crisi è tremenda certamente per Spagna e Portogallo, è pesante per l'Italia, arriva di nuovo in Olanda, rallenta la Svezia, non c'è per ora crisi in Germania, in Austria, in Svizzera.

Prendiamo in considerazione l'Europa meridionale. Con il crollo delle nuove costruzioni prevalentemente residenziali, il mercato è sostenuto nella

caduta dalla riqualificazione, ma se il mercato diventa prevalentemente di riqualificazione, pensate a come devo per forza di cose cambiare i miei modelli di vendita.

Nel mercato della nuova costruzione il mio riferimento principale è l'impresa di costruzione; nel mercato della ristrutturazione non può essere l'impresa di costruzione perché il canale diretto della riqualificazione non funziona di per sé.

Abbiamo visto in precedenza il crollo degli alloggi, delle nuove costruzioni: il crollo della Spagna del 90%, del Portogallo del 62%, del 52% della nuova produzione residenziale italiana. Lo scenario dei prossimi anni vede un'Italia ancora in caduta ma con tassi più contenuti, la crisi è ancora nel 2014 per Portogallo e Spagna e non sarà finita in termini di nuove costruzioni. Abbiamo una riduzione del 25% del mercato ITS negli ultimi due anni e sono specialmente gli edifici plurifamiliari ad avere un grande decremento. Per quanto riguarda l'Italia, il mercato scende del 6% nel 2012 e vale nel complesso € 12 miliardi. Con questo andamento, vedete che la caduta del mercato idrotermosanitario italiano, pur pesante, non è così pesante come quella del settore delle costruzioni. Per quanto riguarda i modelli distributivi, ci confrontiamo con due modelli fondamentali; da una parte la struttura distributiva a tre stadi consolidata, cioè produttori, distributori, installatori e utenti finali (è il modello del Nord). Poi c'è l'Europa meridionale: è una struttura distributiva più instabile, un mercato frammentato con una sovrapposizione di ruoli, molto flessibile, ma attenzione, in forte evoluzione.

Per esempio per l'Italia noi potremmo descrivere due tipologie di mercato: quella del Centro-Nord e quella del Sud.

Poi, a ben vedere, anche nel mercato in cui il 70% del mercato è fatto dai tre stadi, c'è sempre un altro 30% che "gioca" in un altro modo. C'è un segmento importante da prendere in considerazione: una vera e propria "rivoluzione energetica". Parlo di fuoco, aria e acqua, ma non è il mercato dell'idrotermosanitario.

Fuoco, aria e acqua: posso già leggere con una lettura semplice che dentro questo scenario i prodotti tradizionali di cui parlavamo prima sono in calo, le energie rinnovabili sono in crescita e la maggiore efficienza è in crescita. La competizione si gioca da un lato sulla qualità, dall'altro sul low cost della crisi, dall'altro sul mercato tradizionale e dall'altro sul mercato dell'innovazione, che ha come motore quello dell'efficienza energetica e delle energie rinnovabili.

Diventa sempre più importante conoscere il prodotto che vendi; il mercato si sta trasformando da vendita di prodotti a vendita di sistemi e soluzioni.

La crisi porta a rivedere la ricerca del valore aggiunto, l'innovazione e la comprensione di quello che succede. "Innovazione" può essere anche capire che la stufa a legna ha una domanda in forte crescita e poi in questo scenario in realtà più complesso delle energy technology non sono ci sono solo i prodotti ma contano anche i servizi e le soluzioni.

Certo, bisogna formare gli installatori, informare e orientare il cliente che molto spesso oggi è più informato di noi, bisogna assistere con il post-vendita, bisogna sviluppare soluzioni personalizza-

te per i diversi segmenti di mercato. Ci sono diversi modi per incrementare il fatturato in un periodo di crisi: accrescere l'area d'influenza, ridurre i margini per ridurre il prezzo oppure comprare prodotti a prezzi più bassi. Alcune imprese si concentrano su politiche aggressive di prezzo minando la sostenibilità del mercato, altre guardano alla grande differenziazione di prodotti e servizi. È un mercato che è cambiato e il compito di comprendere il cambiamento non è semplice. Il problema di fondo è che questo è il mercato delle costruzioni e l'idrotermosanitario, ma tutti noi siamo inseriti in un contesto macroeconomico che resta di difficile lettura.

MASSIMILIANO SERATI

Professore associato di Politica Economica presso la facoltà di Economia dell'Università Cattaneo - LIUC (Castellanza).

La ripresa dell'economia europea: illusione o prospettiva concreta?

"Possiamo cogliere segnali positivi, dal contesto macroeconomico, che fanno sperare in una ripresa nella primavera del 2013".

La "ripresa" nella primavera del prossimo anno non sarà soltanto un evento possibile, ma un evento probabile.

Nello scenario macroeconomico possiamo trovare anche alcuni segnali positivi. Consideriamo la presenza degli attuali squilibri globali fra le principali aree economiche del mondo.

Da una parte abbiamo la Cina, i paesi esportatori di petrolio e i paesi emergenti dell'Asia che presentano un andamento commerciale estremamente positivo. Dall'altra parte abbiamo gli Stati Uniti, il Giappone e i paesi dell'euro che rivelano un andamento commerciale negativo.

Da un lato abbiamo un basso livello dei consumi privati, un alto livello di risparmi e investimenti e un alto livello di esportazioni. Dall'altro lato abbiamo un livello dei consumi privati troppo alto in Europa e un livello troppo alto di importazioni. Questa differenza di comportamento tra i paesi industrializzati e i paesi emergenti solitamente scatena flussi internazionali di capitali, perché i paesi che hanno un disavanzo commerciale devono chiedere prestiti agli altri.

Dall'altro lato i paesi che hanno un avanzo commerciale possono acquistare obbligazioni e titoli dai paesi indebitati. Le conseguenze di questi flussi internazionali di capitali sono enormi, perché qui abbiamo un fenomeno impressionante: l'impennata del credito e un maggiore rischio in Europa, ma (notate bene) abbiamo un'instabilità finanziaria. Tuttavia questa è una conseguenza di secondo ordine; la conseguenza di prim'ordine in origine è lo squilibrio macroeconomico globale.

Il secondo fattore è il periodo di congiuntura economica. 120 mesi: questa è la durata della fase positiva di espansione prima dell'inizio della crisi.

Quindi quando la bolla immobiliare americana è scoppiata, le economie industrializzate venivano dal periodo più lungo di crescita economica di tutti i tempi.

Quindi l'inizio di una profonda recessione è stato un fenomeno fisiologico inatteso, non un fenomeno patologico.

Fattore numero tre: i prezzi del petrolio, con i due picchi elevati del 2007 e del 2009. Inoltre, i mercati finanziari. Anche in questo caso abbiamo un fattore macroeconomico alla base del problema, il comportamento della Banca Centrale Americana. Tra il 1997 e il 2004 la Federal Reserve Bank ha mantenuto il costo del denaro a un livello molto basso, circa l'1%, sostenendo il mercato immobiliare degli Stati Uniti.

Tuttavia nel 2004 c'è stato un cambiamento nel comportamento della Federal Reserve Bank, la quale ha aumentato i tassi di interesse di 17 volte, spostandoli dall'1% al 5%; in quel momento molti americani non sono stati più in grado di pagare il debito. Ancora una volta, all'origine della crisi finanziaria c'è un fattore macroeconomico e ancora una volta il debito pubblico. Torniamo agli squilibri globali.

La previsione del Fondo Monetario Internazionale indica che già a partire dal prossimo anno gli squilibri globali si ridurranno; inoltre, dopo un lungo periodo di grande turbolenza osserviamo finalmente una stabilità relativa nel mercato dei prezzi del petrolio e una riduzione dell'instabilità dei prezzi. Veniamo dal periodo più lungo di recessione economica di tutti i tempi, quindi una ripresa il prossimo anno dovrebbe essere un fenomeno fisiologico. Lo stesso atteggiamento del mercato è cambiato. Infine ci sono piccoli fattori come la ripresa dell'India e della Cina, che sono motori molto importanti dell'economia globale, e il comportamento dell'euro, che sembra aver invertito la sua tendenza verso il basso; poi c'è un altro punto: la Banca Centrale Europea sa che la ripresa arriverà e l'obiettivo di Mario Draghi è creare le condizioni ottimali per permettere la ripresa. Ora l'intervento della Banca Centrale Europea è una possibilità e questo è un altro segnale positivo di inversione dell'andamento economico.

ANGAISA INFORMA sintetizza le informazioni che l'Associazione mette a disposizione dei propri Associati, grazie anche al contributo di



La redazione è stata curata dalla Segreteria ANGAISA.

La realizzazione è stata curata da Servizi ANGAISA S.r.l.

Via G. Pellizza da Volpedo, 8 - 20149 Milano

Tel.: 02/48.59.16.11 - Fax: 02/48.59.16.22

e-mail: info@angaisa.it

Le notizie di ANGAISA sono inoltre pubblicate su:



periodico di proprietà di Servizi ANGAISA S.r.l.