

“L’industria di trasformazione Italiana ed Europea nel panorama competitivo globale”

Giuseppe Invernizzi – Invernizzi S.p.a (coordinatore gruppo Compensati Assopannelli /Federlegno-Arredo)

Buon giorno a tutti.

Ringrazio gli organizzatori di questo convegno per avermi offerto la possibilità di esprimere il punto di vista delle imprese del settore sulla situazione di mercato attuale e futura.

Ad Assopannelli, associata Federlegno-Arredo, aderiscono oltre 160 imprese che producono pannelli a base legno e semilavorati strettamente derivati.

Nell’ambito dell’industria dei pannelli a base legno oltre ai 3.500.000 m³ di pannello truciolare, l’Italia produce 500.000 m³ di compensati e listellari, prodotti con il pioppo per circa il 70%.

I pannelli made in Italy garantiscono lavoro alle oltre 3.400 imprese e 27.000 addetti operanti nell’ambito della Filiera Legno - Arredo quali utilizzatori diretti della materia prima pioppo.

Il fabbisogno di piante di pioppo per alimentare l’industria italiana del legno è pari a circa 10.000 ettari di pioppeti all’anno.

Questi dati evidenziano come questa materia prima abbia un ruolo fondamentale per le imprese italiane del settore, le quali rivestono una posizione importante anche nel contesto dell’Unione Europea, in quanto si pongono rispettivamente ai primi posti sia per volumi di produzione di pannello truciolare e sia per volumi di produzione di compensato.

Ma oltre all’importanza economica, la pioppicoltura rappresenta anche una vera ricchezza ambientale: per il bilancio positivo di carbonio o assorbimento di CO₂, per il fitorimedio o azione di filtrazione/depurazione e per la tutela del paesaggio. Quindi oltre a un fattore economico, l’incentivazione alla coltivazione e alla sfruttamento del pioppo risponde ad una priorità ambientale e rappresenta una risorsa unica per il nostro Paese: agevolare la produzione nazionale del legno di pioppo, rende l’impresa garante delle risorse ambientali.

Dopo questa breve introduzione, gradirei illustrare l’andamento del settore italiano Legno-Arredamento e, in particolare, quello del compensato di pioppo nel 2008 e valutare le prospettive future.

Il 2008 dovrebbe chiudersi per il macrosettore italiano del Legno-Arredamento con un calo dei principali indicatori settoriali. I dati pre-consuntivi mostrano infatti una diminuzione del fatturato totale del -4,5%, determinato da un calo dei consumi di oltre il 6% e da una contrazione anche delle esportazioni a valori correnti, che mostrano una variazione negativa del -2%.

Dopo un primo semestre relativamente positivo, nel terzo trimestre 2008 il clima di fiducia delle imprese del settore è sceso ai minimi registrati dal 2003. La principale componente del crollo è stata la pesante contrazione del mercato nazionale e del mercato estero.

Questo rallentamento è stato confermato anche da tutti gli indicatori di ottobre e novembre: i dati pre-consuntivi per il sistema Legno-Arredamento incorporano la stima di un quarto trimestre particolarmente

negativo sia sul fronte interno sia su quello estero. Nel quarto trimestre, al rapido congelamento dei consumi ha seguito il blocco degli approvvigionamenti di semilavorati e di forniture per il settore delle costruzioni. Infatti il calo dei consumi del mercato nazionale risulta diffuso a tutti i principali settori ma è stato particolarmente severo nei settori dei beni intermedi.

Il calo delle esportazioni ha investito in misura minore il macro-settore Arredamento (-1,3% rispetto al 2007) e in misura maggiore il macro-settore Legno-Prodotti in legno (-7% rispetto al 2007), quest'ultimo particolarmente penalizzato dal blocco degli approvvigionamenti dall'estero di beni intermedi da parte dell'industria europea e del settore delle costruzioni in generale. La frenata delle importazioni in valore è stata di entità maggiore di quella delle esportazioni evidenziando un calo del 7,8%, causato principalmente dalla caduta di oltre l'11% sia in valore sia in quantità delle importazioni di materie prime e semilavorati a base di legno.

Nel 2008 i principali mercati esteri nei quali le imprese italiane hanno realizzato più della metà delle esportazioni di Legno-Arredamento sono stati Francia, Germania, Regno Unito, Russia, Stati Uniti e Spagna. La Francia ha rappresentato anche nei primi otto mesi 2008 il primo mercato di destinazione per consistenza delle esportazioni, che hanno registrato una crescita, seppur debole, del +0,3%. Le esportazioni italiane verso Germania, Regno Unito, Stati Uniti e Spagna hanno invece registrato andamenti negativi rispettivamente del -5,1%, -5,4%, -20,2% e -13,3%. Al contrario le esportazioni italiane di Legno-Arredamento verso la Russia, quarto mercato di destinazione delle esportazioni italiane di Legno Arredamento, anche nei primi otto mesi del 2008 hanno registrato un incremento superiore al +25%. In generale i mercati extra-UE hanno mostrato, in corso d'anno, un andamento migliore di quelli UE e all'interno dell'Unione hanno mostrato un andamento migliore i Paesi dell'Est Europa.

In particolare, il settore del compensato nell'anno 2008 è stato caratterizzato da una domanda interna vivace, seguita da un aumento di produzione di circa il 10%, fino a fine luglio, poi il fatturato ha mostrato una flessione: ci si aspettava un rallentamento, dopo il buon andamento del 2007 che è risultato uno tra gli anni più positivi per il comparto, ma non una frenata così brusca e repentina. Il calo produttivo, soprattutto da ottobre/novembre, è stato di circa il 20%, con punte in più o meno di 5/6 punti percentuali. Ad esempio, il settore dei caravan è stato fortemente colpito e per chi ha concentrato la propria produzione solo o principalmente su tale mercato questo ha significato un calo del 40%.

Per quanto riguarda i costi delle materie prime: il pioppo in aumento per tutto il 2008 vedrà un calo all'inizio del 2009. Le quotazioni della colla hanno presentato una flessione del 10%. Anche per i costi energetici, saliti del 10% nel 2008, le previsioni indicano un calo dopo i primi mesi del 2009. I ribassi hanno già iniziato a diffondersi nel settore dei trasporti dove si registra in media un calo del 5%.

Dunque, l'unica notizia positiva per il settore dei compensati arriva dal fronte dei costi che sono generalmente in discesa.

Il 2009 si presenta come un anno difficile in generale e soprattutto per le aziende che non hanno una diversificazione nei settori di impiego nei quali far confluire i propri prodotti. Ci si aspetta un'ulteriore

riduzione di fatturato del 10% per i primi mesi del 2009 mentre, per la seconda metà del prossimo anno, è veramente difficile abbozzare previsioni. Questa situazione d'incertezza e di contrazione nei volumi di vendita ha investito tutti i mercati nazionali ed esteri: non si intravedono margini di miglioramento ipoteticamente fino a settembre-ottobre 2009.

In questa situazione ormai non si parla più di stallo ma di crisi di mercato vera e propria: le aziende sono state obbligate ad effettuare scelte dolorose quali ad esempio la riduzione dei volumi (in media circa il 15-20%), il che significa un fermo della produzione per non aumentare la pressione sul mercato e, conseguentemente, una riduzione del personale a tempo determinato o interinale.

La fiducia però non deve mancare: i nostri sono prodotti certificati da severe norme e di alta qualità con caratteristiche speciali per formati, incollaggi, composizioni, combinazioni e queste peculiarità sono la forza delle nostre aziende.

I produttori per mantenere alta la competitività delle loro imprese devono puntare sempre:

- ad aumentare il livello tecnologico e qualitativo dei propri prodotti offrendo un prodotto certificato e sempre più sofisticato con caratteristiche differenziate in funzione dell'utilizzo finale del prodotto: dai caravan ai pavimenti, dai giocattoli ai mobili, dall'edilizia ai mezzi di trasporto. In questa ottica si collocano le certificazioni PEFC e FSC richieste molto dai mercati esteri e la certificazione secondo le regole CARB di bassa emissione di formaldeide dei pannelli;
- ad una selezione sempre più accurata della materia prima ed utilizzo di pioppo certificato che speriamo diventi presto maggiormente disponibile anche in Italia;
- alla ricerca di nuovi prodotti, di nuovi impieghi e di nuovi mercati;
- al miglioramento del servizio di consulenza e assistenza ai propri clienti, per anticipare e soddisfare le tendenze del mercato;
- ed infine far conoscere e promuovere agli utilizzatori, ai consumatori e al pubblico, i vantaggi di un pioppo italiano che è sicura garanzia di tradizione, di qualità, di lavoro, di competenze, di materia prima veramente rinnovabile e di rigoroso rispetto dell'ambiente rispetto ad altre essenze di foreste tropicali.

Tutti questi sforzi che oggi ed in futuro le nostre aziende andranno a fare, necessitano però del supporto e della collaborazione di tutti i componenti della filiera pioppo:

- i pioppicoltori dovranno cercare di produrre pioppi sempre di più alta qualità, puntando alla certificazione dei loro pioppeti sempre più richiesta dal mercato;
- gli Istituti di Ricerca e le Università dovranno continuare lo studio e la ricerca di cloni più resistenti e con migliori caratteristiche tecniche per il loro utilizzo;
- le Istituzioni Pubbliche (Regioni e Province) dovranno credere in questa filiera, non facendo mancare alla pioppicoltura, che ne è il primo anello, il sostegno economico necessario per il suo sviluppo.

Grazie a tutti per l'attenzione.