

SASSUOLO DOMANI: ANCORA PIASTRELLE DI CERAMICA?

Tiziano Bursi
Università di Modena e Reggio Emilia

CERARTE

Sassuolo 21 LUGLIO 2010

FIG. 1 - ITALIA 2009: LA MANIFATTURA ITALIANA "SOTTO TIRO"

PHARMA

ALIMENTARE

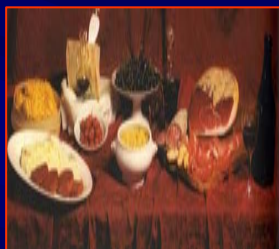
ENERGIA

APPARECCHI
ELETTRICI

MECCANICA

METALLI

CERAMICA



+2,8%

- 1,6%

-8,9%

- 26,8

-28,7%

-29,1%

- 29,6%



FIG. 2 - EXPORT DEI DISTRETTI ITALIANI (2009)... "PROFONDO ROSSO"

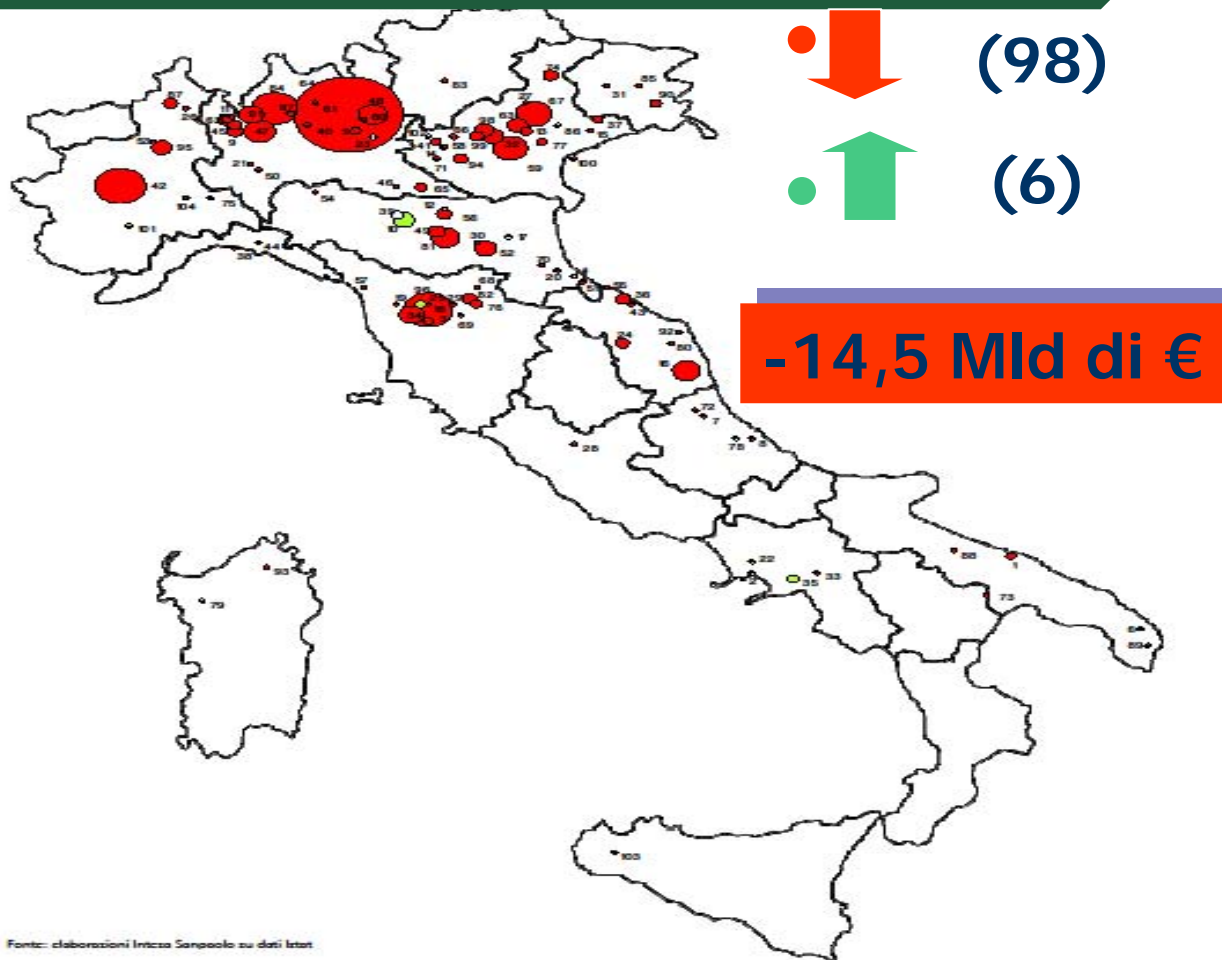
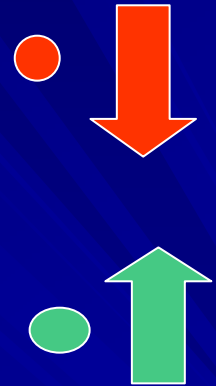
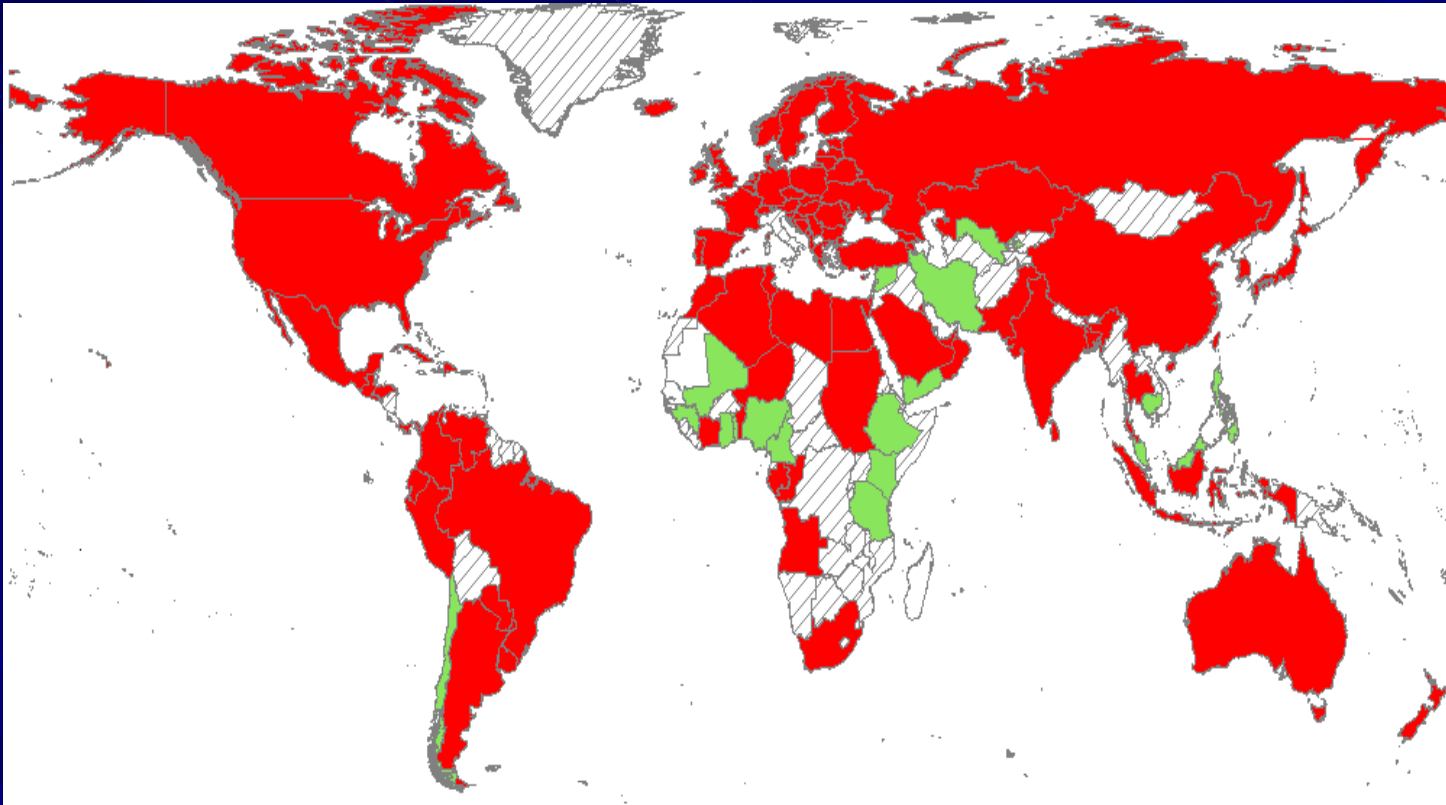


FIG. 3 - DISTRETTI ITALIANI – 2009: “UNA RITIRATA SU TUTTI I FRONTI”



Fonte: Intesa Sanpaolo 2010

FIG. 4 - DISTRETTI INDUSTRIALI EMILIA ROMAGNA: ESPORTAZIONI IN MLN DI € E VAR.% ANNUA PRIMI 3 MESI 2010

EMILIA-ROMAGNA

Piastrelle di Sassuolo	534,1	- - +1,7
Macchine per l'imballaggio di Bo	371,6	- - - -5,2
Maglieria e abbig. di Carpi	185,9	- - - -29,9
Macch. agric. di Reggio/Modena	133,3	- - - -21,0
Abbigliamento di Rimini	131,3	- - - +19,1
Biomedicale di Mirandola	81,2	- - - -1,4
Alimentare di Parma	79,2	- - - +31,9
Food machinery di Parma	73,8	- - - +12,8
Ciclomotori di Bologna	71,6	- - - -28,9
Calzature di San Mauro Pascoli	57,3	- - - -22,6
Mobili imbottiti di Forlì	42,7	- - - +15,4
Macchine legno di Rimini	33,4	- - - +8,5
Macchine uten. di Piacenza	14,1	- - - -35,8
Calzat. di Fusignano-Bagnacavallo	5,6	- - - +16,9

FIG. 5 - DISTRETTI INDUSTRIALI (EMILIA R., TOSCANA E MARCHE): RICORSO ALLA CASSA INTEGRAZIONE GUADAGNI PRIMI 5 MESI 2010



Fonte: Il Sole 24 ore, 14/07/2010 e Centro studi Intesa SanPaolo

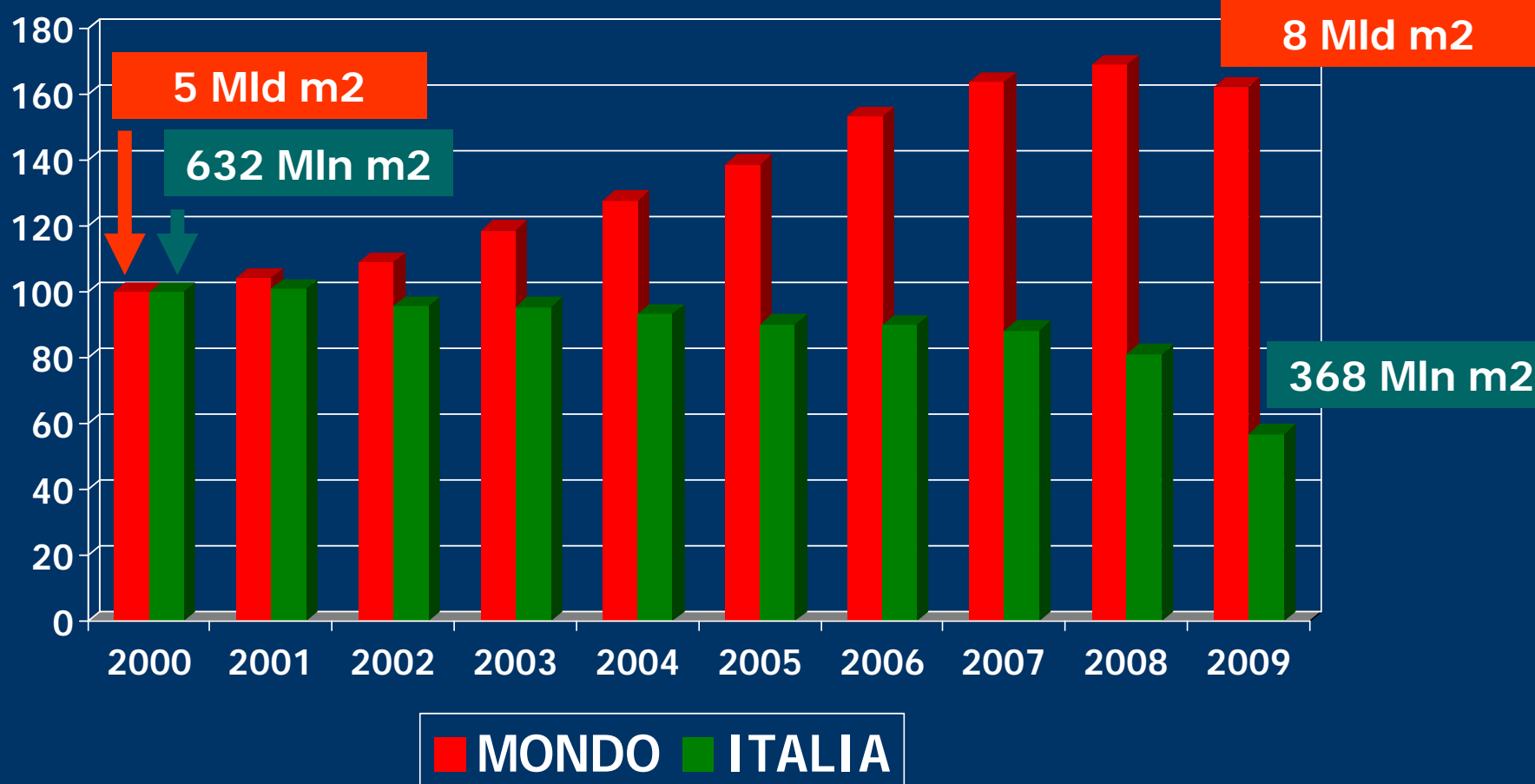
**FIG. 6 - DISTRETTI INDUSTRIALI (EMILIA R., TOSCANA E MARCHE): ORE DI CASSA INTEGRAZIONE GUADAGNI.
VALORI ASSOLUTI E VAR.NE %**

PRIMI 5 MESI 2009 E 2010

2009	2010	Var.% 2010/2009
12.455.118	38.967.886	+212,8%

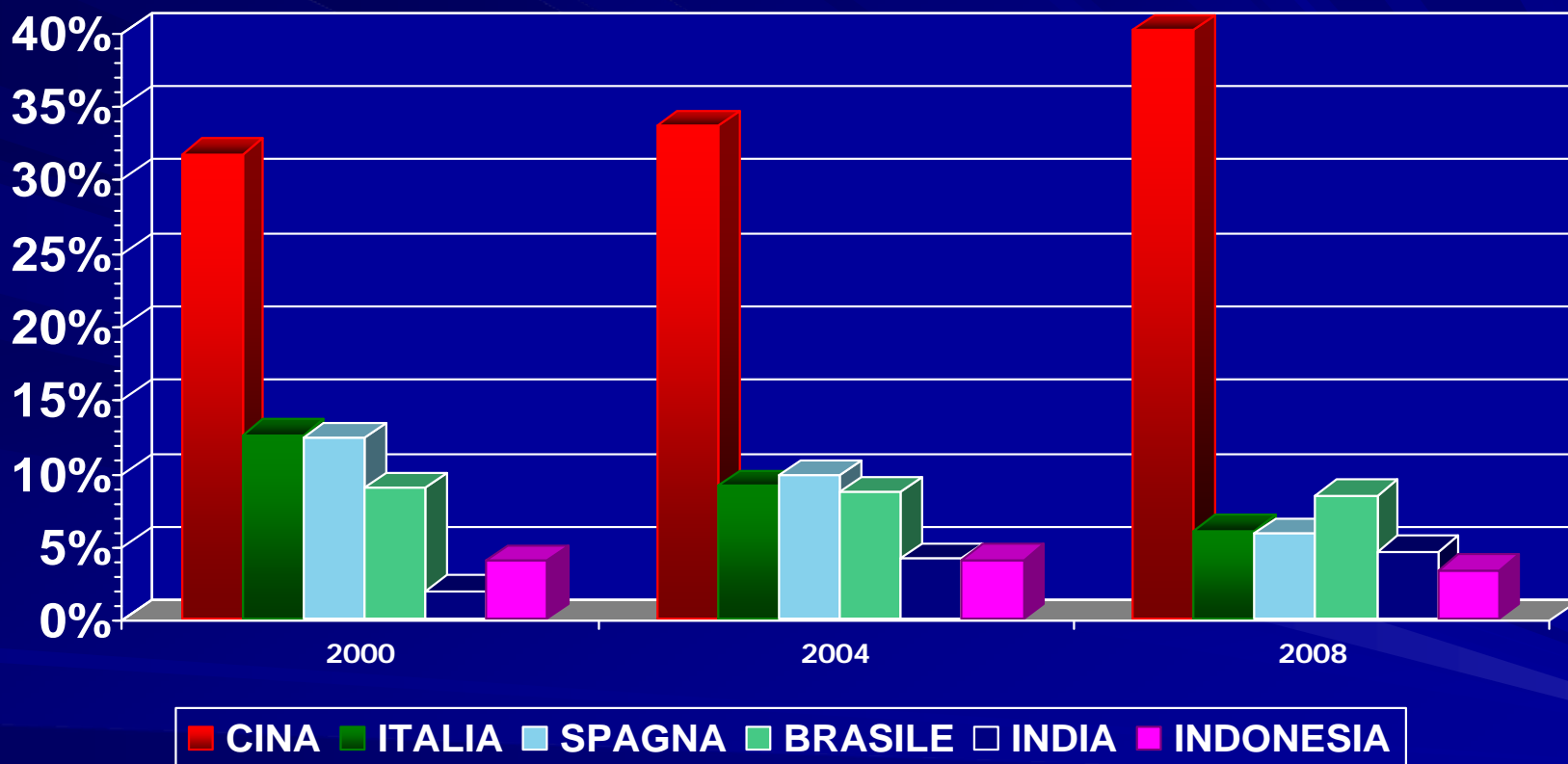
Fonte: Il Sole 24 ore, 14/07/2010 e Centro studi Intesa SanPaolo

**FIG. 7 - INDUSTRIA CERAMICA:
PRODUZIONE MONDO E ITALIA. 2000=100 (MQ)**



Fonte: CWR, Confindustria Ceramica

**FIG. 8 - INDUSTRIA CERAMICA: “VINCITORI E VINTI”
(QUOTA SU PRODUZIONE MONDIALE)**



Fonte: CWR

TAB. 1 - INDUSTRIA CERAMICA: "CHI TIRA LA VOLATA"

R	PRIMI 10 PAESI PRODUTTORI MONDIALI	QUOTA SU PRODUZIONE (%)	
		2000	2008
1	CINA	33,9	40,0
2	BRASILE	8,5	8,4
3	ITALIA	11,9	6,0
4	SPAGNA	11,7	5,8
5	INDIA	3,7	4,6
6	IRAN	1,3	3,8
7	INDONESIA	3,7	3,3
8	VIETNAM	1,0	3,2
9	TURCHIA	3,3	2,6
10	MESSICO	2,6	2,4
A) TOTALE PRIMI 10 (NO ITALIA E SPAGNA)		58,0	68,3
B) TOTALE MONDO		100,0	100,0

POPOLAZIONE (MILIONI)
2008
1.303
190
60
46
1.115
65
238
86
72
111
3.180 (46,6%)
6.830 (100,0)

TAB. 2 - INDUSTRIA CERAMICA: "I MAGNIFICI 10" (2008)

R.	AZIENDA	PAESE	PRODUZIONE (MLN. M2)
1	MARAZZI	Italia	110
2	LAMOSA	Messico	107
3	RAK CERAMIC	UAE	106
4	SIAM CEMENT GROUP	Tailandia	104
5	NEW ZHONG YUAN	Cina	99
6	PRIME GROUP	Vietnam	90
7	CERAMICA CLEOPATRA	Egitto	74
8	GUANDONG NEW PEARL	Cina	70
9	CERSANIT	Polonia	62
10	MULIA	Indonesia	57

TAB. 3 - INDUSTRIA CERAMICA: "I MAGNIFICI 10" (2009)

R.	AZIENDA	PAESE	PRODUZIONE (MLN. M2)
1	RAK CERAMIC	UAE	115
2	SIAM CEMENT GROUP	Tailandia	108
3	CERAMICA CLEOPATRA	Egitto	99
4	MARAZZI	Italia	90
5	PRIME GROUP	Vietnam	90
6	LAMOSA	Messico	89
7	CERSANIT	Polonia	61,5
8	MULIA	Indonesia	55
9	DYNASTY CERAMICS	Thailand	51,6
10	LASSELSBERGER	Czech Rep.	50

Fonte: CWR 02/2009

TAB. 4 - INDUSTRIA CERAMICA: "UN GRANDE MERCATO REGIONALE"

AREA	2000		2008	
	% su Produzione MONDO	% su Consumo MONDO	% su Produzione MONDO	% su Consumo MONDO
Europea	35,3	30,1	21,6	20,1
America Nord	3,9	7,5	3,0	4,9
America Sud	11,0	12,2	10,5	10,8
Asia	47,2	46,1	61,4	58,9
Africa	2,6	3,4	3,5	4,7
Australia	0,1	0,7	0,1	0,6
Totale (%)	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (Mln .m2)	5.071	4.587	8.495	8.263

Fonte: CWR

FIG. 9 - INDUSTRIA CERAMICA ... "HA MESSO LE RUOTE"

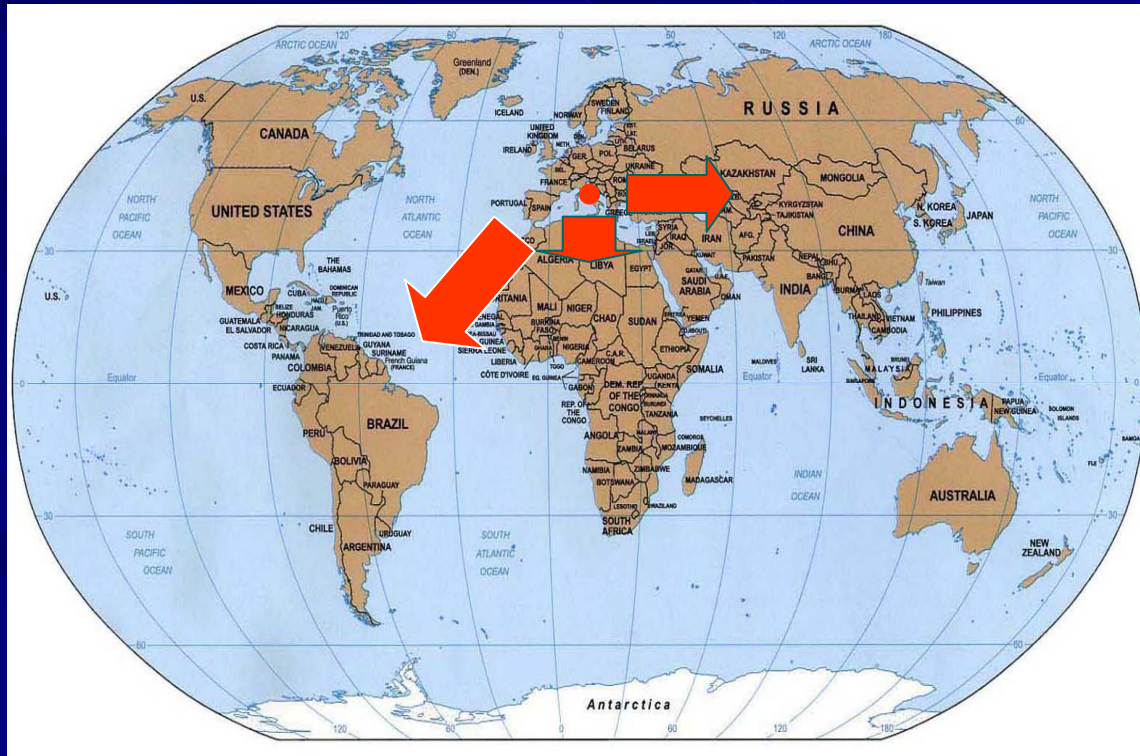


FIG. 10 - IL MOTORE: ...LA TECNOLOGIA "MOBILE"



**TAB. 5 - COSTO DI PRODUZIONE DI UN MQ DI PIASTRELLE DI CERAMICA.
(VALORI IN € AL 2009)**

PAESI	VALORE IN EURO
ITALIA	8,35
SPAGNA	4,85
PORTOGALLO	6,87
RUSSIA	4,63
ALGERIA	2,18
USA	4.07
MESSICO	2,18
BRASILE	1,88
ARGENTINA	1,80
VENEZUELA	1,83
CINA	1,33
INDIA	1,20

Fonte: rilevazioni dirette

**TAB. 6 - COSTO DEL LAVORO MENSILE
(VALORI IN € AL 2009)**

PAESI	VALORE IN EURO
ITALIA	3.000
SPAGNA	2.400
PORTOGALLO	1.540
RUSSIA	650
ALGERIA	148
USA	1.800
MESSICO	771
BRASILE	725
ARGENTINA	720
VENEZUELA	462
CINA	287
INDIA	182

Fonte: rilevazioni dirette

**TAB. 7 - INDUSTRIA CERAMICA ITALIANA:
NON E' LA PRIMA CRISIMA "QUESTA"
 SARA' DIVERSA**

	1981	1985	VARIAZIONE '85/'81
IMPRESE	468	362	-106
ADDETTI	46.462	31.400	-15.062
PRODUZIONE (Mln m2)	339	311	-28

Fonte: Confindustria Ceramica, Ex Assopiastrelle.

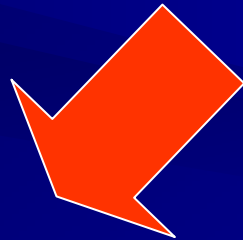
FIG. 11 - PIASTRELLA DI CERAMICA: "LA BARRIERA DEI 1.000 KM"



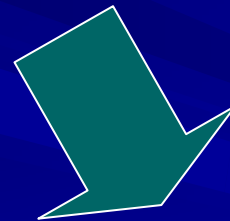
**FIG. 12 - L'ITALIA "... E' UN PAESE PER
PIASTRELLE DI CERAMICA"?**



COSA FARE?



ANDARE VIA



RESTARE

FIG. 12.1 - ANDARE VIA: PERCHE'

- PER CRESCERE**
- PER GODERE DI MIGLIORI CONDIZIONI DI COSTO**
- PER STARE VICINO E (DENTRO) I MERCATI**
- PER SUPERARE BARRIERE ALL'INGRESSO IN CERTI MERCATI**

.....PER CONTINUARE A "VIVERE" A SASSUOLO

FIG. 12.2 - RESTARE: PERCHE'

**.... PER VENDERE IDEE, SIGNIFICATI
E SERVIZI, ... NON SOLO PRODOTTI**

..... E IN MODO COMPETITIVO

FIG. 13 - DISTRETTO CERAMICO DI SASSUOLO: *PLUS E DEFICIT*

I FATTORI DI ECCELLENZA

- QUALITA' DEI PRODOTTI
 - SUPERIORITA' TECNICA E FUNZIONALE
 - RICERCA TECNOLOGICA INCORPORATA
 - COMPETENZE RISORSE UMANE
- PRESENZA E QUALITA' DELLA FORZA VENDITA SUI MERCATI ESTERI

+

I FATTORI DA INTEGRARE

- CONOSCENZA DI MERCATO
- INTERAZIONE DIRETTA CON IL CLIENTE
- ARRICCHIRE LA QUALITA' DEI PRODOTTI MATERIALI CON:
 - NUOVI CONTENUTI
 - NUOVI SERVIZI,
 - NUOVI SIGNIFICATI


FRUTTO DEL LAVORO DI SINGOLE
IMPRESE, DELLE RELAZIONI
RECIPROCHE TRA LE DIVERSE
COMPONENTI DEL SISTEMA
CERAMICO (*RISORSA COLLETTIVA*)


CREARE NUOVE BASI DI
VANTAGGIO COMPETITIVO

FIG. 14 - QUINDIALCUNE COSE DA FARE

- **INNOVAZIONI SUL FRONTE DELLA DISTRIBUZIONE (*MULTICANALITA'*)**
- **DIVERSO APPROCCIO ALLA SEGMENTAZIONE DELLA CLIENTELA (*MODELLI DI ACQUISTO E DOMANDE DI SERVIZI*)**
- **DIFFUSIONE DELLE CONOSCENZE DI MERCATO DA AFFIANCARE A QUELLE DI TIPO TECNICO**
- **RIDISEGNARE IDENTITA' DELLE MARCHE AZIENDALI**

FIG. 15 - MODIFICARE IL MIX DELLE POLITICHE DI INVESTIMENTO

- DEDICARE PIU' RISORSE A IDEE, SERVIZI, CREATIVITA' E DIALOGO CON I CLIENTI**
- DESTINARE PIU' RISORSE A SOSTEGNO DEI CONTENUTI IMMATERIALI DI VALORE**
- DISTRIBUZIONE DI ASSET MATERIALI/IMMATERIALI DENTRO/FUORI DAL DISTRETTO**
 - SVILUPPO DELLE RISORSE MATERIALI ENTRO IL DISTRETTO PER SERVIRE I MERCATI TRADIZIONALI**
 - MULTILOCALIZZAZIONE PRODUTTIVA PER I MERCATI LONTANI**



ELABORARE NUOVI VANTAGGI COMPETITIVI

FIG. 16 - SASSUOLO DOMANI



**DA "DISTRETTO" A "CENTRALE" DI
PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DI
CONOSCENZE (TECNOLOGICHE, DI
MERCATO, STILISTICHE,...) PER
L'INTERA RETE PRODUTTIVA E
COMMERCIALE GLOBALE**