

IL REPORT DEL 2022

Le aziende marchigiane hanno venduto all'estero prodotti per un valore di 23 miliardi, con un incremento dell'82% sul 2021 e del 22,7% al netto dei prodotti farmaceutici, trainati dai medicinali per il Covid Sabatini, Camera di Commercio: «La migliore performance italiana»

ANCONA Nell'anno in cui i commerci oltre confine parevano destinati a soffrire maledettamente, tra sanzioni alla Russia e rincari dell'energia che gonfiano i costi dei trasporti, vola l'export delle imprese marchigiane. Il fatturato delle merci destinate nel 2022 ad altri Paesi del mercato globale sfiora i 23 miliardi di euro, con un +82% rispetto all'anno precedente. Anche al netto dell'effetto Pfizer, il boom di esportazioni partite da Ascoli e incentivate anche dalle maxivendite di farmaci anti-Covid, il nostro export registra comunque un +22,7% sul 2021, un valore due punti sopra la media nazionale.

La crescita collettiva

Una crescita collettiva, con tutte le sezioni in positivo e un saldo attivo nelle cinque province, anche se la performance da record la fa registrare ovviamente il settore degli articoli farmaceutici, chimico medicinali e botanici, con quasi 9 miliardi e mezzo di euro e un incremento di valore di 5,5 volte rispetto al 2021. Un boom legato anche alla pandemia da Coronavirus, perché nello stabilimento piceno del colosso biofarmaceutico Usa, specializzato nel confezionamento di blister, 900 persone più l'indotto lavorano tra l'altro nella produzione di milioni di confezioni di Paxlovid, il farmaco antivira-

ABBIGLIAMENTO, TESSILE E ARTICOLI IN PELLE IN AUMENTO DEL 31%

le orale contro il Covid-19. Senza considerare poi che Pfizer produce un "sempre verde" come il Viagra. Le esportazioni farmaceutiche hanno influito in particolare sul valore complessivo dell'export verso il Belgio (93,7%, grazie alla presenza del quartier generale europeo di Pfizer), Regno Unito (72,8%), ma anche Germania (41,3%). Hanno inoltre determinato la scalata nelle prime dieci posizioni di Corea del Sud (81,8%), Taiwan (92,8%) oltre ad aver contribuito notevolmente al valore della Cina (49,5%).

Se i farmaci trainano l'export marchigiano, anche il comparto della moda, uno dei più colpiti dallo tsunami del lockdown già all'inizio del 2020, fa segnare una forte ripresa: tessile, abbigliamento e articoli in pelle (calzature e accessori) valgono insieme oltre 2,36 miliardi di vendite all'estero, con un +31% sul 2021. Anche altri settori tipici del Made in Marche hanno reagito be-

TUTTE LE CINQUE PROVINCE HANNO UN SALDO POSITIVO ASCOLI CRESCE 4 VOLTE

Export da record con l'effetto Pfizer e la moda in ripresa

I numeri

DODICI PUNTI

Esportazioni delle Marche 2022

22.939,1 milioni €
Valore complessivo

+82%
L'aumento rispetto al 2021


+22,7%
L'aumento al netto di articoli farmaceutici
**I settori**
9.475,3 mln €
Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici, oltre 5,5 volte il valore del 2021

555,4 mln €
Il settore agroalimentare (+20%)

2.424,5 mln €
La meccanica (+4,3%)

634,9 mln €
Le esportazioni di mobili (+6,3%)

2.367,3 mln €
Tessile, abbigliamento pelli e accessori (+31%), di cui Tessile (+23%)

541,2 mln €
Abbigliamento (+28,6%)

1.712,5 mln €
Articoli in pelle (+32,4%)

ne alla crisi. L'agroalimentare nel 2022 ha esportato per un valore di 555,4 milioni, in crescita del 20% su base annua, la meccanica (macchinari e apparecchi nca) per 2.424,5 milioni (+4,3%), le esportazioni di mobili sono state per 634,9 milioni (+6,3%)

Le ricadute della guerra

Le temute ricadute economiche della guerra scoppiata 13 mesi fa in Ucraina sono state assorbite. Certo guardando alla Russia, colpita da sanzioni anche commerciali, si osserva una consistente diminuzione rispetto al 2021, che ferma che le esportazioni a 247,9 milioni (-18,8%). Ma i prodotti marchigiani hanno conquistato spazio in altri mercati. In testa, per i motivi già spiegati, c'è il Belgio, con 3,8 miliardi di esportazioni, quasi 4,5 volte il valore del 2021, seguono Stati Uniti (2.596 mi-

lioni), Germania (2.448,2 milioni), Regno Unito (1.838,5 milioni) e Francia (1.639,5 milioni). Tutte le province marchigiane hanno segno positivo: Ascoli Piceno, con oltre 4 volte il valore del 2021, Fermo con +33,1% e a seguire Ancona (+27,2%), Macerata (+21,7%) e Pesaro-Urbino (+15,4%).

Risultati che legittimano commenti molto positivi da parte del presidente di Camera Marche Gino Sabatini «Le Marche sono la regione più performante d'Italia. Sul risultato eccezionale incide indubbiamente il settore farmaceutico, ma tutti i comparti hanno

IL CALO IN RUSSIA (-19%) ASSORBITO DALL'ESPANSIONE DI ALTRI MERCATI

LA PROMOZIONE**L'Obuv di Mosca e le aziende speciali**

● Tra i settori in ripresa, la moda e le calzature, che in queste ore si fanno valere all'Obuv di Mosca, la Fiera Internazionale delle Calzature & Cuoio, e l'agroalimentare che è perno dell'accoglienza turistica, come dimostra l'ultima rilevazione Isnat secondo cui l'enogastronomia locale tra i principali fattori attrattivi per turisti italiani e stranieri). «Non a caso questi sono gli ambiti produttivi dove abbiamo concentrato l'azione delle nostre Aziende Speciali Tecne, Linea e Linfa - spiega il presidente di Camera di Commercio Marche Gino Sabatini - che a giugno porteranno le imprese del comparto nella preziosa vetrina della Convention delle Camere Italiane all'estero a Colli del Tronto»

performance buone se non ottime e collocano la crescita regionale (+22%) due punti percentuali sopra quella italiana, scorporando il dato legato all'industria dei prodotti farmaceutici».

Dati molto incoraggianti, per Sabatini: «Una buona notizia che ci fa affrontare i prossimi mesi con più fiducia, pur sapendo che la situazione resta fluida e potranno esserci difficoltà e stalli. Intendiamo attrezzare i nostri imprenditori con ulteriori voucher internazionalizzazione, ad integrare le misure già previste insieme all'assessore regionale di Andrea Antonini e presentate a inizio anno. Con gli adeguati propulsori, le nostre imprese possono davvero volare verso tutti i mercati: questo sarà l'anno in cui si potrà tornare a fare affari per il mondo».

Lorenzo Sconocchini

Il processo di internazionalizzazione della CICLI Lombardo

La storia dell'impresa Cicli Lombardo SpA inizia negli anni '50 quando il giovane Gaspare Lombardo, forte dell'esperienza acquisita affiancando l'attività di fabbro del padre, decide di occuparsi della produzione e riparazione di biciclette.

Negli anni '80, iniziano i primi contatti a livello internazionale attraverso la partecipazione a una fiera a Francoforte organizzata dalla CCIAA di Trapani. In tale fase la crescita dell'azienda è condizionata dalla mancanza di un'organizzazione strutturata e soprattutto dalle scarse competenze internazionali delle risorse umane; basti pensare che nessuno all'interno dell'azienda parlava la lingua inglese.

Durante gli anni '90, l'impresa incrementa notevolmente l'attenzione rivolta all'espansione estera, attraverso la partecipazione a fiere di settore, che permettono di acquisire numerosi contatti con soggetti nazionali e internazionali; parallelamente, aumenta la consapevolezza della nuova generazione aziendale della necessità di competere sui mercati internazionali per la crescita dell'attività. Il figlio minore, in particolar modo, già giovanissimo si occupa dell'export e ottiene degli ottimi risultati, in quanto nel 1994 l'azienda inizia a esportare in Grecia e in Spagna, facendo leva prevalentemente sul fattore prezzo.

Di anno in anno, l'attività di export aumenta, fino a contribuire per il 15% sulle vendite totali, e si allarga il portafoglio di mercati serviti, seppur con consegne sporadiche, grazie ai contatti acquisiti durante la partecipazione annuale alla fiera internazionale del ciclo di Milano.

Nel 1999 avviene il primo contatto con un'importante azienda belga interessata a ottenere prodotti personalizzati da offrire nel relativo mercato di riferimento: tale richiesta ha costituito una grande opportunità per l'impresa siciliana, la quale, potendo contare su un sistema produttivo abbastanza flessibile, riesce a soddisfare tali richieste a differenza dei *competitor* che avevano processi produttivi molto standardizzati e che, in alcuni casi, avevano de-localizzato la produzione, con conseguenze negative sui tempi di approvvigionamento e sulle procedure di controllo della produzione. Si adotta pertanto una nuova strategia di vendita all'estero, rappresentata da una rapidità nelle consegne e dalla possibilità di produrre le biciclette con il marchio, i colori, i componenti e le personalizzazioni richieste dai clienti.

L'acquisizione costante di nuovi importanti clienti ha permesso di aumentare il potere di acquisto nei confronti dei fornitori e di migliorare la cultura organizzativa interna, portando l'impresa a un costante incremento del fatturato e una progressiva affermazione sul mercato domestico e internazionale.

Nel 2007, dopo un'attenta analisi del mercato europeo nel quale si evidenziava la Germania come il Paese più rilevante nella vendita di biciclette e particolarmente attento al livello qualitativo, l'azienda decide di investire direttamente in tale area geografica, acquisendo la ditta Attissimo GmbH e trasformandola in Lombardobikes Deutschland. Tale acquisizione, caratterizzata da una notevole audacia, sforzo finanziario e vocazione internazionale, ha permesso di aumentare la visibilità e l'immagine dell'azienda, ma anche la vicinanza e l'attenzione ai Paesi del nord, i quali tendevano ad avere una visione negativa e stereotipata dell'impresa a causa della sua provenienza siciliana. Nonostante la tendenza dei consumatori e dei rivenditori tedeschi a preferire i prodotti locali, nel 2010 le biciclette Lombardo erano presenti in circa 140 punti vendita. La filiale tedesca attualmente gestisce anche il mercato svizzero e austriaco, registrando un incremento annuale del fatturato del 25%.

Si evidenzia nel 2009 un accordo di collaborazione con 5 agenti francesi che hanno consentito già l'anno successivo di essere presenti con il prodotto Lombardo in più di 120 punti vendita indipendenti specializzati (IBD).

Nel 2010 l'azienda è riuscita ad allargare il business a nuovi mercati quali gli Stati Uniti, l'Australia, l'Inghilterra, la Lituania e la Croazia. In tale anno, difatti, nonostante una contrazione del settore di circa il 10%, la Cicli Lombardo SpA ha ottenuto per il secondo anno consecutivo un incremento sia delle esportazioni sia del fatturato del 18%.

Da sottolineare nel 2011 il progetto sviluppato in partnership con il colosso mondiale BOSCH riguardante la realizzazione e lo sviluppo della bicicletta elettrica, non solo per i modelli da passeggio o *urban*, ma anche per il segmento *fitness cross* e MTB, utilizzabili quindi anche per il fuoristrada. Ciò ha consentito alla Cicli Lombardo di unire il design italiano alla tecnologia tedesca.

Negli ultimi anni l'azienda ha continuato a basare la sua strategia internazionale sugli accordi con attori stranieri come modalità di ingresso nei mercati esteri che le consente di far leva sugli asset dei partner per penetrare, soprattutto dal punto di vista commerciale, nuove aree geografiche.

A sostegno dell'internazionalizzazione, l'azienda sta inoltre investendo notevolmente nel rafforzamento del *brand* attraverso due modalità principali: il primo aspetto riguarda una continua attenzione alla ricerca e sviluppo del prodotto, migliorandone continuamente non solo l'aspetto tecnico, ma anche il design così che possa sempre di più essere attraente sia per il consumatore nazionale sia estero; il secondo aspetto, invece, fa riferimento a una crescente sensibilità nei confronti della responsabilità sociale e sostenibilità ambientale.

Con riguardo al primo aspetto si ricorda l'iniziativa "Comebicitu.it", il primo e unico servizio di personalizzazione della bicicletta presente al mondo che permette al consumatore in tutta autonomia di personalizzare la scritta della bicicletta rendendo unico il prodotto. Tale servizio, promosso su reti nazionali, ha dimostrato l'attenzione della Cicli Lombardo nei confronti delle esigenze dei consumatori, rendendoli partecipi alla creazione del prodotto e riscuotendo da essi un notevole apprezzamento.

Con riguardo, invece, alla sostenibilità ambientale e alla responsabilità sociale, la Cicli Lombardo, forte del costante incremento del fatturato e dell'acquisizione di nuovi rapporti commerciali con clienti stranieri, nel 2012 ha iniziato la costruzione di un nuovo stabilimento produttivo di circa 10 000 mq a Buseto Palizzolo (TP) che prevede al suo interno una palestra per i dipendenti e un asilo nido per i figli di tutti i collaboratori dell'azienda. L'espansione degli stabilimenti produttivi è stata, inoltre, progettata per essere *green*: sono stati installati dei pannelli fotovoltaici che soddisferanno l'80% del fabbisogno energetico e l'impianto di verniciatura sarà ad acqua nel rispetto dell'ambiente. Ciò consentirà di poter apporre un bollino verde su tutte le bici prodotte in quanto *eco-friendly products*.

L'azienda conta oggi una forza lavoro di quasi 90 dipendenti e collaboratori e una capacità produttiva giornaliera di 420 unità (80 000 pezzi l'anno). Il fatturato del gruppo nel 2019 si attesta intorno ai 18 milioni di euro con un'incidenza dei ricavi esteri sul totale del 40%. Proiezioni per il prossimo anno prevedono che tale valore raggiunga il 65% a seguito di una partnership con operatori europei, proprietari di importanti catene di negozi specializzati.

Con l'obiettivo di diventare la prima azienda italiana del settore ciclo, nel 2011, con il trasferimento nella nuovissima sede aziendale, l'azienda fa un salto di qualità sia in termini organizzativi che d'immagine grazie ai servizi welfare e la bellezza della struttura.

Questi argomenti, anche se non legati al prodotto, hanno fatto percepire ai clienti esteri grande dinamismo, ottimismo aziendale e filosofia innovativa ed eticamente responsabile che crea rilevanti vantaggi competitivi aziendali nel ns. settore.

Infine, con una rete commerciale di 820 punti vendita in Italia e 350 all'estero, la Cicli Lombardo S.p.a. si attesta come una delle realtà maggiori nel business delle biciclette e può vantare uno dei primi indici in Italia di esportazione nel settore di appartenenza.