

Ascensori, cresce ancora il fatturato

Continua a crescere, anche se con una brusca frenata rispetto al 2006, il fatturato dell'industria italiana di ascensori e scale mobili che a fine 2007 ha superato i 3 miliardi di euro. La crescita rispetto al 2006 è stata del 6,5%, percentuale elevata ma più che dimezzata rispetto al +15,4% del 2006 sul 2005. Questi i dati emersi da uno studio realizzato dal Servizio studi di Anie per conto di AssoAscensori/Anie, Anacam (Associazione nazionale imprese di costruzione e manutenzione ascensori), Anica (Associazione nazionale delle industrie di componenti per ascensori), Confartigianato ascensori e Cna (Confederazione nazionale dell'artigianato e delle Pmi).

Lo studio ha preso in esame il decennio 1997-2006 durante il quale si è registrato un andamento di crescita medio anno su anno pari al 5,2% che ha consentito all'Italia di conquistare una quota di mercato internazionale del 14%, fetta che ci pone al primo posto mondiale in termini di esportazioni (850mila le installazioni all'attivo pari a 100 milioni di corse al giorno). La situazione però potrebbe cambiare: già il dato pre-consuntivo sul 2007 che stima appunto una crescita del 6,5% (i 2,4 miliardi del 2006 dovrebbero quindi essere lievitati a quota 3,1 miliardi) non rappresenta certo un buon segno. La minaccia numero uno è però rappresentata dalla Cina, che in pochi anni è diventato il secondo esportatore mondiale per le produzioni del comparto nell'aggregato, il primo se si considera il solo mercato delle scale e tappeti mobili. «In una fase di forti cambiamenti del conte-

sto competitivo - spiega Giuseppe Lupo, presidente di AssoAscensori -, per poter mantenere il proprio posizionamento l'industria italiana deve sviluppare un forte processo di innovazione, che consenta di migliorare, più di quanto non facciano i concorrenti, i fattori aziendali su cui si basa il vantaggio competitivo. Questo non solo nelle forniture di nuovi impianti e componenti ma anche nel servizio post vendita». Proprio nel post vendita - è emerso dallo studio - si evidenziano le maggiori difficoltà in termini di fatturato. ■

