

Ci sono spazi di manovra commerciale per i produttori italiani di pavimenti in legno verso questo Paese?

CHI HA PAURA DELLA **TURCHIA?**

GIOVANNI CARLINI,
CORRISPONDENTE ESTERO

Apparentemente, che la Turchia entri o no a far parte della UE sembrerebbe di poco rilievo rispetto al quesito ben più immediato nei termini di una possibile sinergia tra produttori e distributori italo/turchi. Di fatto, però, non è così.

Il sistema produttivo italiano di pavimenti in legno non ha le capacità di proiezione per spingersi oltre l'area UE. Le motivazioni sono molte, non ultima la dimensione (fisica e mentale) delle troppe imprese del settore. Va ricordato però che ci sono attività ben consolidate da parte di produttori di parquet italiani negli Stati Uniti e nei Paesi dell'Est (la collaborazione, negli Stati Uniti, avviene in contesti sociologici e legali piuttosto simili a quelli italiani, per cui si segnalano grossi problemi; completamente diverso è quanto avviene nell'Est europeo, dove i nostri produttori sono molto attivi, scontando, però, l'immaturità della democrazia di quei Paesi, che si traduce troppo spesso in conflittualità legali).

Nel complesso, dunque, il livello di internazionalizzazione del nostro settore è abbastanza basso, ecco allora che se la Turchia dovesse effettivamente entrare a far parte dell'area UE, cioè entrare nella naturale azione delle nostre imprese, si modificherebbero radicalmente le ipotesi di lavoro congiunto. Ecco spiegata l'importanza di essere o non essere nell'area UE.

UNIRSI PER NON FALLIRE

Anche in Turchia, come in Italia (i famosi distretti industriali), si favoriscono gli accorpamenti tra PMI per non fallire.

La spinta del governo turco è quella di concedere sussidi governativi solo a quelle imprese che raggiungono un fatturato di 2 milioni di lire turche (pari a 1 milione di euro).

L'INQUADRAMENTO POLITICO

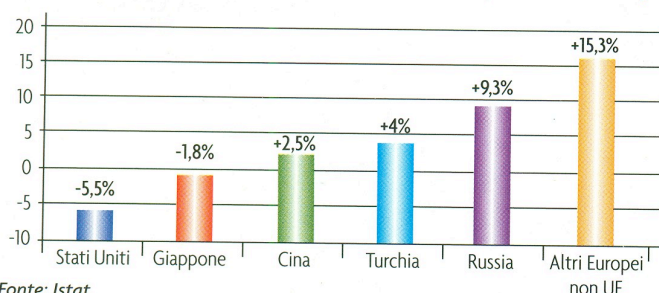
Il Paese è diretto da ben due legislature quinquennali dal partito islamico moderato, Akp, il cui *leader* governativo si chiama Recep Tayyip Erdogan (l'ultima conferma è del giugno 2007, con il 47% dei consensi popolari).

In termini di bilancio complessivo sull'operato del governo, bisogna distinguere due fasi.

Gli ultimi due anni del primo mandato, 2006 e 2007, il Governo ha agito con grande energia sia in termini economici sia sociali (su spinta della

UE); ciò ha permesso l'afflusso di investimenti diretti esteri per ben 22 miliardi di dollari nel 2007 e la stabilizzazione del tavolo di discussione con la UE per chiederne l'ingresso. Oggi, però, il Governo è fermo, come se si fosse ricreduto, nonostante le fortissime critiche della Confindustria Turca, la Tusiad, che fa pressioni sia per aderire alle richieste europee (e quindi puntare all'integrazione nell'Unione), sia per ottenere un robusto piano di aiuti per gestire la crisi economica, affrettatamente liquidata dal Governo come "il peggio è passato" (ai primi di dicembre 2008).

Export italiano verso i Paesi extra UE (2008 su 2007)



Fonte: Istat

LA PAROLA AL CONSOLATO

Abbiamo intervistato l'addetto commerciale al Consolato Turco di Milano.

Esistono delle agevolazioni per gli imprenditori italiani che vogliono venire a produrre nel suo Paese?

I regolamenti attualmente in vigore in Turchia sono estremamente favorevoli; indipendentemente dalla nazionalità e dalla residenza, chiunque può avviare un'attività nell'arco di una sola giornata. In base al "Doing Business Database, 2007", redatto dalla Banca Mondiale, in graduatoria la Turchia ha sorpassato i suoi concorrenti quali Polonia, Repubblica Ceca, Ungheria, Italia e Spagna, superando la media OCSE.

Sulla questione del dove localizzare un investimento nel nostro Paese, va ricordato che abbiamo 4 tipi di zone speciali per lo sviluppo, che godono di altrettante regole, per questo è necessario rivolgersi alla nostra struttura.

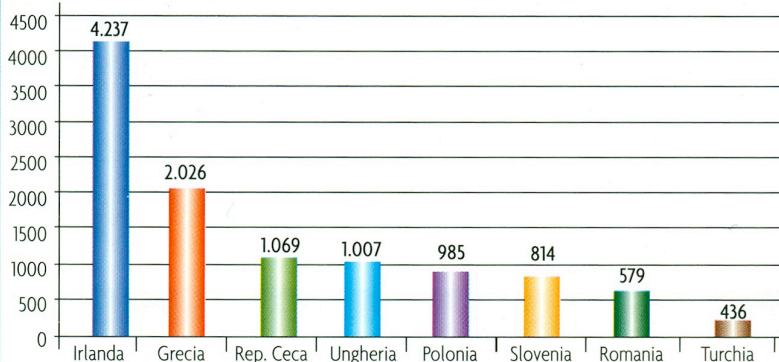
A quanto ammonta in euro la paga di un operaio o di un impiegato?

Il 35,6% dei lavoratori guadagna il salario minimo (il tasso più elevato in UE).

A chi si può rivolgere un imprenditore italiano per cercare partnership in Turchia?

I nostri uffici sono aperti a queste necessità. Abbiamo un sito, anche in lingua italiana (www.invest.gov.tr/Default.aspx) e un indirizzo mail (dtmil@fastwebnet.it). Nel sito abbiamo inserito una sezione che offre spunti a diversi quesiti, come ad esempio: "Sarò in grado di trovare un partner?" oppure "Potrò godere dei vantaggi aggiuntivi per gli investitori esteri se dovessi operare in una speciale zona per lo sviluppo?".

Salario medio mensile (in dollari) nel 2007



Fonte: Economic Intelligence Unit

I NUMERI DELLA NAZIONE TURCA

L'andamento del pil turco dà un'idea del tipo "miracolo sbiadito" (anche se questo aspetto riguarda un po' tutto il mondo, in particolare dal mese di luglio 2008 a oggi): dall'8,4 del 2005 il prodotto interno lordo è continuamente sceso fino all'ipotesi del 2 nel 2008 (in attesa di conferme) e alle ottimistiche proiezioni all'1,5 per il 2009. Di conseguenza, la produzione industriale è pesantemente calata, ma il problema è che tutto ciò avviene in un contesto di deprezzamento della lira turca sia con il dollaro sia con l'euro (quello di guadagnare in moneta locale e onorare i debiti internazionali in dollari o euro è un passaggio cruciale...).

A parità di cali di produzione in tutto il mondo, specie in questi primi mesi del 2009, quello turco non spicca per gravità, ma ciò che rende dal punto di vista macroeconomico - la situazione pericolosa, quasi a rischio di collasso, è il rapporto tra la moneta nazionale e quella di regolazione dei rapporti internazionali nel caso di svalutazione strisciante. Il lettore italiano ha perso l'abitudine a considerare questo aspetto, che va sempre ricordato quando si opera su mercati che siano fuori dall'area del dollaro o dell'euro.

Quindi il problema dei cali produttivi non è assimilabile a quelli europei e occidentali, perché c'è la componente monetaria che complica il quadro di stabilità complessiva. Su un piano di più vaste vedute, al calo del pil risponde anche il ridimensionamento degli investimenti esteri in Turchia, che sono passati dai 10 miliardi del 2005 ai 20 nel 2006, ai 22 del 2007, per declinare a 15 miliardi nel 2008 e tornare a 10 (previsione ottimistica) nel 2009.

Va sottolineata anche la crisi nell'industria automobilistica turca, che è nell'ordine del 59% (il doppio rispetto al 31% della Fiat).

Insomma, qui il problema non si limita all'entità del calo, ma al concorso di cause monetarie, di dissesto finanziario pubblico, di corruzione, di sommerso, di una presenza religiosa nell'etica civile e di valori di perdita di produzione più elevati rispetto agli altri Paesi.

Nel 2009 la Turchia deve onorare complessivamente 100 miliardi di dollari (l'Italia, come ordine di grandezza, ne ha 220 miliardi, sempre nel 2009). La Turchia ha ancora grossi problemi di corruzione, soffre per una mancata riforma del mercato del lavoro che introduca sia elementi di flessibilità sia il taglio del peso dei contributi previdenziali sulle buste paga; è stato anche richiesto di far emergere un "sommerso" di dimensioni eccezionali e fuori misura rispetto all'area UE (si ragiona nell'ordine di idee del 30%). È semplice capire il timore europeo per un uso troppo disinvolto del lavoro nero e la connessa ricaduta sul prezzo delle lavorazioni. Oltre a ciò, c'è anche una richiesta del Fondo Monetario Internazio-

nale di alzare l'IVA al 18%. Il fondo è interessato alla Turchia perché il Paese non è in grado di onorare le scadenze del debito sottoscritto da investitori privati e necessita di 20 miliardi di dollari per far fronte ai 100 miliardi in scadenza di cui sopra, chiesti in prestito dal Governo al FMI. La trattativa per il rilascio dei fondi è ferma (dati a gennaio 2009) in quanto il Governo, in vista delle elezioni amministrative di marzo, non desidera fermare il "deficit spending" che ha perseguito sinora; c'è poi il problema della 'eccezionale' esposizione finanziaria in dollari (altri 50 miliardi) delle imprese turche verso il mondo: se la lira turca dovesse svalutarsi, sarà veramente dura, guadagnando in moneta locale, onorare i prestiti in dollari.

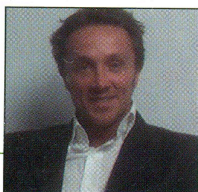
IL PARQUET IN TURCHIA

I dati di produzione e vendita del parquet in Turchia vengono esposti sinteticamente in alcune grafici nelle pagine successive. La fonte è rappresentata dagli intervistati, che si sono rivolti alle rispettive associazioni di categoria, aiutandoci nel sintetizzare in questo modo l'ordine di grandezza della produzione e del consumo di pavimenti in legno in Turchia.

Le interviste che vi proponiamo in questo "dossier Turchia" sono quattro. Apriamo con un imprenditore italiano, Silvano Arzuffi, direttore generale Vermeister, che ci racconta la sua esperienza di esportatore; segue un'intervista con ben tre distributori turchi: Atay Ziya, responsabile di Trio Parquet, Mustafa Kartal, titolare di Sem Parke, e Vahit Paksoy, titolare di Albero Parquet.

L'ESPERIENZA ITALIANA

Signor Arzuffi, ci parla dei suoi contatti con la Turchia?



Silvano Arzuffi: La Turchia è stato il primo Paese estero con il quale abbiamo iniziato a lavorare, per questa ragione gode della mia personale attenzione e cura; di questo in effetti devo ringraziare personalmente la vostra rivista, in quanto questo contatto è stato frutto della pubblicità su *Professional Parquet*. Gli operatori turchi, leggendo la rivista, hanno incontrato un certo

interesse verso la nostra comunicazione, così è iniziato un sodalizio che dura ormai da molti anni.

È in grado di darci una proiezione sul futuro dell'interscambio tra i due Paesi nei prossimi anni, al netto dell'attuale crisi economica globale?

Silvano Arzuffi: In questo momento storico, ricco di incertezze, credo sia difficile anche per il più esperto degli addetti ai lavori fare una previsione. Quello che sicuramente posso dire è che la Turchia nell'ultimo periodo ha visto il suo momento peggiore, economicamente parlando, tra il 2006 e il 2007. L'assetto politico del 2007 ha rilanciato l'economia e ora le cose stanno andando decisamente meglio. Tuttavia anche questa Nazione subisce l'influenza di uno scenario mondiale di sofferenza, pertanto lo scarso flusso di denaro comporta dei problemi. L'Italia rimane comunque il terzo partner commerciale della Turchia e sono più di 450 le imprese italiane lì presenti.

“L'interesse per il mercato turco è alto, soprattutto per un settore edile che vede, in città come Istanbul, veri e propri bacini di lavoro, considerando l'altissima densità abitativa; Istanbul è la decima città al mondo per popolazione e conta più di dieci milioni di abitanti.”

SILVANO ARZUFFI,
DIRETTORE GENERALE VERMEISTER.

Quali sono le problematiche maggiori che ha riscontrato operando sul mercato turco rispetto ad altri contesti commerciali?

Silvano Arzuffi: La Turchia è un Paese protezionista e presenta non poche problematiche all'import. Infatti le dogane mettono tanti paletti alle aziende importatrici, con dazi importanti e numerosi cavilli di forma sotto l'aspetto documentale. Questo comporta uno svantaggio nella competitività con la produzione locale, ma ciò nonostante, la forza della qualità del prodotto italiano sopperisce a buona parte degli handicap menzionati. Il primo Ministro Turco, in un incontro diplomatico proprio tra i due Paesi, lo scorso novembre, ha garantito agli imprenditori italiani l'impegno del governo nel rimuovere questi ostacoli.

L'interesse per il mercato turco è alto, soprattutto per un settore edile che vede, in città come Istanbul, veri e propri bacini di lavoro, considerando l'altissima densità abitativa; Istanbul è la decima città al mondo per popolazione e conta più di dieci milioni di abitanti.

Da come ha appena risposto, si muove anche su altri mercati. Può parlarcene?

Silvano Arzuffi: La mia azienda da molto tempo opera nei principali mercati internazionali, distinguendosi per la capacità di fare in modo che il "pensiero Vermeister" sia la risultante dei bisogni e delle specificità di ogni singolo mercato e cogliendo in essi tutte le opportunità per migliorare e sviluppare nuovi prodotti e nuove tecnologie. Si deve anche a questo approccio il fiorire delle nuove proposte lanciate sul mercato nell'ultimo anno, soluzioni che hanno, in molti casi, anticipato tendenze e in altri hanno permesso di risolvere problemi antichi con prodotti nuovi, attenti alla salute dell'operatore e dell'ambiente.

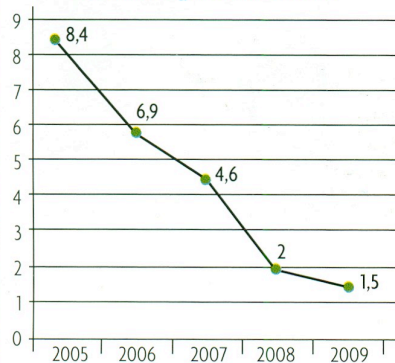
Per concludere, ci parla di come si muove la sua impresa?

Silvano Arzuffi: Vermeister ha chiuso il 2008 con un risultato più brillante del previsto, obiettivo che ha sorpreso anche a me e che ci ha dato modo di continuare la tendenza positiva che dura ormai da diversi anni. Tale successo è derivato senza dubbio dalla continua ricerca della qualità, a dispetto della sterile caccia al prezzo più basso; va anche aggiunto che la giusta qualità ha spinto i volumi produttivi a un livello tale che ci consente di mantenere stabili anche i prezzi, posizionandoci - in un rapporto prezzo/qualità - a un livello a mio avviso eccellente.

Anche l'azione espansiva sui mercati esteri ha contribuito all'ottimo risultato, concretizzando sempre più i nostri rapporti con i partner stranieri e la nostra filiale americana.

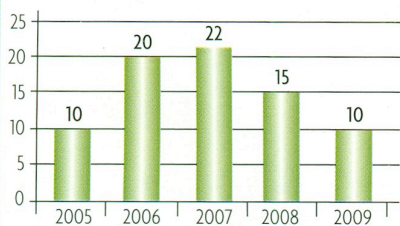
Mi lasci concludere con una considerazione più globale: a dispetto di un quadro generale pesante, sono convinto che nel breve periodo si apriranno nuovi spazi di mercato, disponibili però solo per chi investirà nella ricerca e nella produzione di prodotti di alta qualità.

Turchia: pil in frenata



Fonte: Eiu-Bureau Van Dijk, dicembre 2008

Investimenti diretti esteri in Turchia (in miliardi di \$)



Fonte: Eiu-Bureau Van Dijk, dicembre 2008

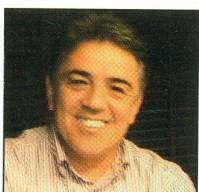
LA PAROLA AI DISTRIBUTORI TURCHI

Brevemente potete raccontarci la vostra storia commerciale?



ATAY ZIYA,
RESPONSABILE DI TRIO PARQUET.

Atay Ziya: Vivo questa avventura da 15 anni. Dopo una massiccia formazione, che si è conclusa con il master MBA negli USA, sono tornato in Turchia, dove ho fondato nel 1994 la mia impresa, Trio Parquet (www.trioparquet.com), che gestisco da 15 anni. Come politica di fondo ho sempre cercato dall'estero prodotti di qualità al giusto prezzo, da introdurre nel mio Paese.



MUSTAFA KARTAL,
TITOLARE DI SEM PARKE.

Mustafa Kartal: Sono presente sul mercato da oltre 20 anni. Ho iniziato nel 1984 lavorando la noce per passare nell'89 alla produzione vera e propria di parquet, che ho perfezionato nel 2003. La mia produzione è possibile osservarla nel sito www.semparke.com.



VAHIT PAKSOY,
DIRETTORE DI ALBERO PARQUET.

Vahit Paksoy: Ho fondato la mia attività nel 1993 operando nel settore del parquet. Dal 2000 ho iniziato a importare dagli USA il prodotto Canoxel Sidings. Oggi la mia azienda, Albero (www.albero.com.tr), ha 3 diversi settori da coordinare: parquet, edilizia e importazione.

Quante persone entrano nei vostri negozi mediamente ogni giorno?

Atay Ziya: Mediamente ho dalle 2 alle 5 visite giornaliere.

Mustafa Kartal: Da me entrano tra le 2 e le 10 persone al giorno.

Vahit Paksoy: Gestisco in tutto tre *showroom* e mi sento una realtà importante per il Paese sul piano commerciale. Solitamente abbiamo una media di 8 - 10 visite al giorno.

Quanto del parquet usato in Turchia è prodotto internamente e quanto ne importate? Quali sono i mercati di riferimento per l'importazione?

Mustafa Kartal: La produzione turca di parquet è di circa di 2,5 milioni di metri quadrati annui, che copre il 75% del fabbisogno nazionale. Il restante è oggetto d'importazione.

Vahit Paksoy: I produttori più affermati sul nostro mercato sono sicuramente la Sem e la Dempar.

Atay Ziya: Importiamo da Italia, Germania, Spagna, Austria, Indonesia, Cina, Polonia, Olanda, Ungheria, Bulgaria, Ucraina e Romania. Esportiamo in Italia, Russia, USA, Turkmenistan, Kasakistan e Azerbaijan... Se qualche operatore italiano volesse agire su quei mercati, sa che noi siamo già introdotti.

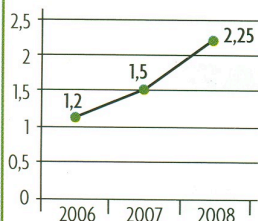
Quanto si usa il parquet nella case turche?

Vahit Paksoy: In base ai miei dati, il 75% del parquet in Turchia lo si posa nelle abitazioni, il 20% negli alberghi e il 15% negli uffici.

Atay Ziya: Il 50% delle abitazioni turche fa uso di laminato e di parquet. In campo alberghiero, invece, siamo solo al 20%, cifra che rappresenta per noi stimolo e obiettivo per l'immediato futuro.

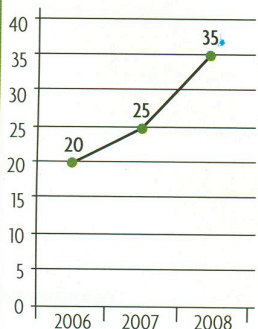
Comunque, in linea di massima, il 50% dei miei clienti desidera una casa arredata al 90% con parquet, un altro 30% accetta una presenza di par-

Turchia: produzione di parquet (in mio di mq)



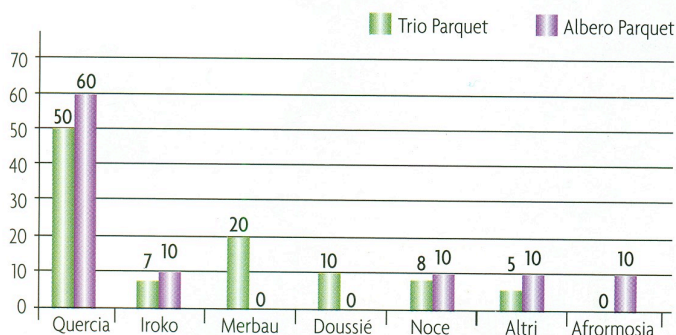
Fonte: Professional Parquet

Turchia: produzione di laminato (in mio di mq)



Fonte: Professional Parquet

Vendite in percentuale a seconda delle qualità di legname da parte di Trio Parquet e Albero Parquet



Fonte: Professional Parquet

quet pari al 60%, mentre la restante si accontenta di un 35% di pavimenti in legno.

Dividendo il Paese in aree, quali sono quelle dove il parquet è più diffuso?

Mustafa Kartal: Le regioni di Marmara e Aegean sono quelle dove abbiamo le vendite più alte.

Atay Ziya: Le aree urbane sono quelle a maggiore frequenza di acquisto per il parquet, mentre il laminato è decisamente più diffuso nella periferia.

Siete interessati a collaborazioni o joint venture con operatori italiani? Con quali altri operatori esteri siete in contatto?

Mustafa Kartal: Intratteniamo contatti non stabili, ma frequenti, con operatori italiani che sono produttori di macchinari per la lavorazione del legno. Siamo anche in contatto con cinesi e indonesiani.

Atay Ziya: Da 15 anni importiamo dall'Italia parquet e prodotti per la posa. Lavoriamo anche con l'Austria e con la Spagna. Se in Europa ci sono degli imprenditori aperti alla collaborazione con colleghi di altre nazionalità, questi siamo proprio noi turchi.

Vahit Paksoy: Siamo in contatto con due produttori italiani.

Esiste un'associazione turca di produttori e distributori di parquet?

Mustafa Kartal: Abbiamo la Pursab (*Union of Parquet Manufacturers and Sellers*) di cui io sono membro, però non va dimenticata anche la Parsiad (*Association of Parquet Sellers*).

Le banche turche sostengono questo settore?

Mustafa Kartal: Assolutamente no. I tassi di interesse in Turchia sono spaventosi. L'ideale è operare con i propri soldi, senza interessare le banche.

Atay Ziya: Il momento di congiuntura economica internazionale resta difficile, per cui non c'è da attendersi molto dalle banche, che si rivolgono solitamente alla grande industria, trascurando settori come il nostro. Rilevo anche la novità da parte del nostro governo che ha saputo prontamente applicare una tassa sull'*import* del 35% specificatamente per i prodotti provenienti dalla Cina, al fine di attuare una giusta politica di sano protezionismo.

Vahit Paksoy: Le banche non possono fare miracoli, anzi, la stagione dei miracoli è finita... ■

QUALCHE SITO UTILE

- www.treasury.gov.tr
Sottosegretariato al Tesoro
- www.investinturkey.gov.tr
Portale per gli investimenti della Turchia
- www.tcmb.gov.tr
Banca Centrale
- www.maliye.gov.tr
Ministero delle Finanze
- www.tuik.gov.tr
Istituto turco di Statistica
- www.bddk.org.tr
Agenzia per la Regolamentazione e la vigilanza bancaria
- www.foreigntrade.gov.tr
Sottosegretariato al Commercio Estero
- www.ise.org
Istanbul Stock Exchange