

DOSSIER TURCHIA

di Giovanni Carlini, corrispondente estero



Lo scopo di questo Dossier è duplice in quanto si rivolge su temi fondamentali tra loro connessi che sono: ci sono spazi di manovra commerciale per i produttori italiani di pavimenti in legno verso la Turchia e questo Paese è corretto che entri a far parte dello spazio economico europeo in funzione della nostra capacità di agire sui mercati internazionali?

PARTE GENERALE – Serve la Turchia in Europa. Quale la connessione tra i due aspetti?

Apparentemente che la Turchia faccia o no 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, ma 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 negli Stati Uniti e verso i Paesi dell'Est¹. Nel contesto di una così bassa internazionalizzazione dei produttori di parquet italiani, se la Turchia dovesse effettivamente 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.

BOX 1 – Chi è contro la presenza della Turchia nella UE?

La questione Turchia sì o no nella UE non è solo limitata ad una valutazione del singolo paese



islamico, ma passa attraverso un rigetto ben più ampio del fenomeno di immigrazione sul Continente. La questione ruota intorno all'essenza di un referendum popolare, in Italia come negli altri paesi europei, che accetti una certa forma di mix culturale nella società. In mancanza di una scelta popolare su questo argomento (quanti islamici, filippini, pakistani e cinesi o albanesi siamo disposti ad accettare nella nostra collettività?) di fatto ogni legge o provvedimento in materia è da considerarsi illegale. Non a caso, in Italia, l'art.3 della Costituzione (*"tutti i cittadini sono uguali di fronte alla legge"*) non spiega come regolarsi con i non cittadini, appunto gli immigrati) non è stato modificato. In un contesto così infuocato, l'inserimento di un paese islamico nell'ambito UE appare

decisamente fuori luogo, anche perché l'attuale governo turco è di natura religiosa, benché attenuata rispetto agli altri paesi dell'area. Non solo. Ma tutta la società turca risente di una visione confessionale dove la moralità religiosa non si è evoluta rispetto all'etica sociale. Questo concetto

¹ La collaborazione negli Stati Uniti da parte di produttori di parquet italiani, avviene in contesti sociologici e legali piuttosto simili a quelli italiani, per cui non vanno segnalati grossi problemi. Completamente diverso è invece quanto avviene nell'Est europeo dove i nostri produttori sono molto attivi e presenti scontando, però un'immaturità nella democrazia di quei paesi che si traduce troppo spesso in conflittualità legali. Ciò attesta quanto il sistema produttivo nazionale non sappia ancora muoversi sul piano globale mentre si sente perfettamente a suo agio in ambito UE.

ha un suo peso. La moralità religiosa per sua natura è legata ai testi sacri, mentre l'etica sociale si adatta di continuo ai tempi della società. Per capire ciò basta osservare il ruolo della donna nella società e al sistema di garanzie costituzionali in cui vive: la Turchia non è ancora un paese libero, inteso in senso Occidentale, per cui non ha senso che entri in un contesto di civiltà che non ha ancora maturato.

Una posizione così dura e decisa verso il "NO" alla Turchia nella UE non è ancora maturata a livello di partito, se in ciò si escludono le forze di destra francesi, austriache, svizzere e della lega in Italia, ma si trova, oggi, molto più spesso nella forma trasversale in ogni forza sociale, sebbene resti, al momento ancora minoritaria.

BOX 2 – Chi vuole la Turchia nella UE

L'idea della Turchia nella UE nasce per due aspetti: uno economico, per espandere i mercati di esportazione europei, utilizzando la mano d'opera a basso prezzo di questo paese e l'altro per obiettivi geopolitici. Quest'ultimo sforzo tende a proiettare sul Medio Oriente e tutto il mondo arabo i concetti di democrazia e dignità della persona, a patto che si "traducano" in consumismo, lasciando i panni dell'integralismo.

INTERVISTA ALL'ADDETTO COMMERCIALE TURCO IN MILANO

Domanda: Signor Addetto Commerciale al Consolato Turco di Milano, grazie per aver concesso un'intervista a PROFESSIONAL PARQUET. Esistono delle agevolazioni per quegli imprenditori italiani che vorrebbero venire a produrre nel suo paese?

Addetto Commerciale: i regolamenti attualmente in vigore in Turchia sono estremamente propizi. Indipendentemente dalla nazionalità e dalla residenza, chiunque può avviare un'attività nell'arco di una sola giornata. In base alla "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 di 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.

Domanda: a quanto ammonta in euro la paga per un operario o un impiegato?

Addetto Commerciale: Uno degli aspetti fondamentali del clima commerciale turco è che il 35,6 % dei lavoratori guadagna il salario minimo (il tasso più elevato in UE).

Salario minimo mensile (lordo e netto)	
	USD
Salario minimo netto	316
[+] Salario minimo lordo	441
Totale detrazioni	125
Costo per il datore di lavoro	
[+] Costo totale per datore di lavoro	536
*A determinate condizioni, a titolo di incentivo, è possibile una riduzione di 5 punti (dal 19,5% al 14,5%) di questo tasso. Quindi, il costo totale per il datore di lavoro può diminuire fino a 514 USD.	
Fonte: Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale turco. Valido per la prima metà del 2009.	
1 Dollaro = 1,51 Lire Turche fino al 25 dicembre 2008.	

Domanda: un imprenditore italiano a chi si può rivolgere per cercare una partnership nel vostro paese?

Addetto Commerciale: I nostri uffici sono aperti a queste necessità. Abbiamo un sito, anche in lingua italiana, dov'è possibile iniziare a capire se fosse di comune interesse operare con le imprese turche: <http://www.invest.gov.tr/Default.aspx> oltre all'email dell'ufficio: dtmil@fastwebnet.it Preciso che nel corpo stesso del sito abbiamo inserito un link che offre spunti a diversi quesiti come ad esempio: "sarò in grado di trovare un partner?" oppure del tipo: "potrò godere dei vantaggi aggiuntivi per gli investitori esteri se dovessi operare in una speciale zona per lo sviluppo?".

INTERVISTA A UNA DONNA TURCA ANALISTA DI MERCATO CHE VIVE A ISTAMBUL
- spiacente, questo testo non è completo, in 45 gg di tempo, alle domande qui esposte non è pervenuta risposta, il che è già una risposta -

Domanda: SignorinaLei vive e lavora in Turchia, ma molto spesso si trova in Europa per il suo lavoro. Nota delle differenze di stile e comportamenti tra le donne occidentali e lei?

Domanda: quanto da Lei affermato vale per tutte le donne turche o solo una parte diciamo "privilegiata" della Nazione e se possibile questa fascia sociale di "donne alla pari" se dovesse esistere, quanto è estesa in Turchia?

Domanda: basta la religione a decretare un ruolo della donna nella società, oppure francamente qui non centra nulla il credo, ma solo le abitudini delle persone?

Domanda: in sintesi per una donna si vive meglio in Occidente o in Turchia e perchè?

INQUADRAMENTO POLITICO DEL PAESE

Il paese è diretto da ben due legislature quinquennali dal partito islamico moderato, Akp il cui leader governativo si chiama Recep Tayyip Erdogan. (ultima conferma nel 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 che sociali (su spinta della UE). Ciò ha permesso l'afflusso di investimenti diretti esteri di ben 22 miliardi di dollari nel 2007, rispetto solo l'uno del 2002 e la stabilizzazione del tavolo di discussione con la UE per chiederne l'ingresso.

Ma a questa grande stagione d'iniziative oggi il Governo è fermo, come se si fosse ricreduto, nonostante le fortissime critiche della Confindustria Turca, la Tusiad che sprona sia per aderire alle richieste europee e quindi puntare all'integrazione nella UE, che a un robusto piano di aiuti per gestire la crisi economica, affrettatamente liquidata dal Governo come "il peggio è passato" (ai primi di dicembre 2008)

BOX -3 – Che cosa la UE e il FMI chiedono alla Turchia

In scadenza nel 2009 la Turchia deve onorare complessivamente 100 miliardi di dollari (l'Italia, come ordine di grandezza ne ha 220 miliardi di euro, 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 che il taglio del peso dei contributi previdenziali sulle buste paga. Ma non basta, è stato anche richiesto di far emergere un "sommerso" di dimensioni veramente eccezionali e fuori misura rispetto all'area UE (in Turchia si ragiona nell'ordine di idee del 30%). Da qui è semplice capire il timore europeo per un uso troppo disinvolto del lavoro nero e la connessa ricaduta sul prezzo delle lavorazioni. A corredo di ciò c'è anche una richiesta del Fondo Monetario Internazionale di alzare l'IVA del 18%. Il fondo è interessato alla Turchia perché il paese non è in grado di onorare le scadenze del debito nel 2009 sottoscritto da investitori privati (i fatti rasentano il precedente dell'Argentina nel 2001 dove si chiesero allora 40 miliardi di dollari per salvare il Paese dalla bancarotta) e necessita di 20 miliardi di dollari che sono stati appositamente chiesti in prestito dal Governo al FMI per far fronte ai 100 miliardi in scadenza. La trattative per il rilascio dei fondi è ferma (dati a gennaio 2009) in quanto il Governo, in vista delle elezioni amm.ve di marzo, non desidera fermare il "deficit spending" che ha perseguito sinora e poi c'è il problema dell'eccezionale esposizione finanziaria in dollari (altri 50

miliardi) delle imprese turche verso il mondo. Questo perché se la lira turca dovesse svalutarsi, sarà veramente dura guadagnando in moneta locale, onorare contemporaneamente i prestiti in dollari. Sul piano delle relazioni internazionali, la Turchia non riesce a uscire da un contenzioso sull'isola di Cipro, che soffre per un muro di 183 km che la divide i due stati. Poi c'è la questione dei diritti civili il cui distacco tra la UE e il paese islamico si misura almeno in decenni di civiltà. Nonostante ciò, quanto è stato recentemente realizzato dal Governo riguarda le privatizzazioni, liberalizzazioni, ammodernamento dei mercati finanziari, varo di zone franche e miglioramenti infrastrutturali.

PARTE ECONOMICA – I numeri della Nazione Turca e quanto vale l'interscambio

L'andamento del PIL turco (anche se in realtà questo aspetto riguarda tutto il mondo in particolare dal mese di luglio 2008 ad oggi) dà un'idea del tipo "miracolo sbiadito".

In particolare dall'8,4 del 2005 il Prodotto interno lordo è continuamente sceso fino all'ipotesi del 2 nel 2008 (in attesa di conferme) e le 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 che contro euro (circa 30%)

BOX 4 – Un concetto che fa la differenza

Il passaggio qui descritto, sul guadagnare in moneta locale e onorare i debiti in dollari o euro è cruciale! A parità di cali di produzione in tutto il mondo, specie in gennaio 2009 quello turco non **spicca per gravità, ma ciò che rende sotto il 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.

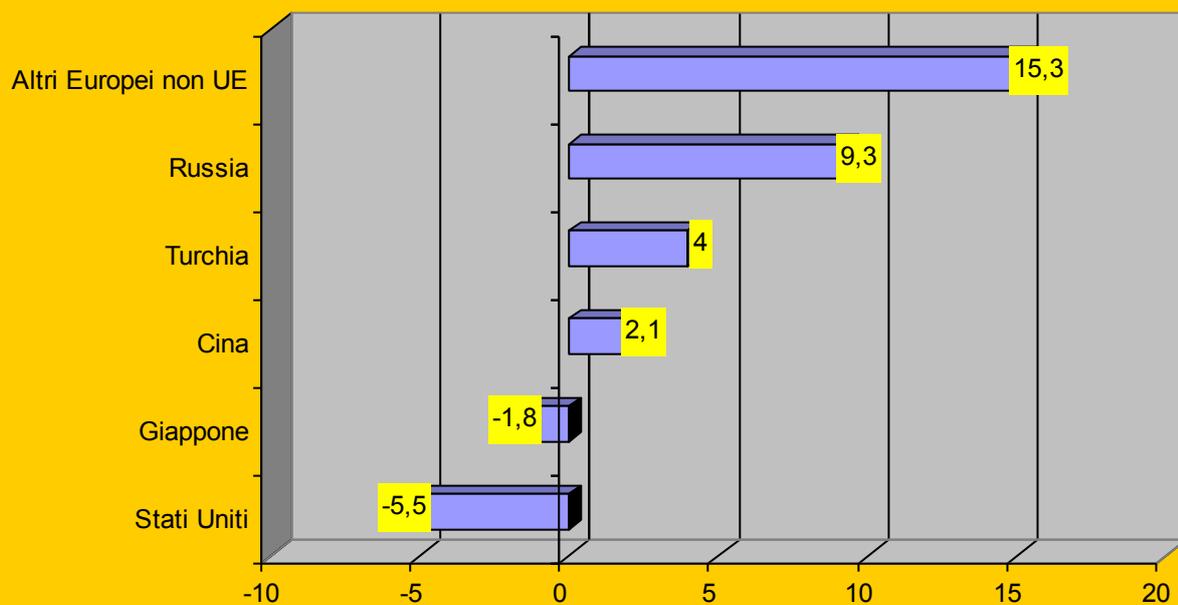
Quindi il problema dei cali produttivi non è assimilabile a quelli europei e occidentali perché c'è la componente monetaria che complica il quadro di stabilità complessiva. Su un piano di più vaste vedute, al calo del PIL risponde anche il ridimensionamento degli investimenti esteri in Turchia che sono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

Va notata anche la crisi nell'industria automobilistica turca che è nell'ordine del 59% che resta doppio rispetto al 31% della Fiat. Pertanto 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.

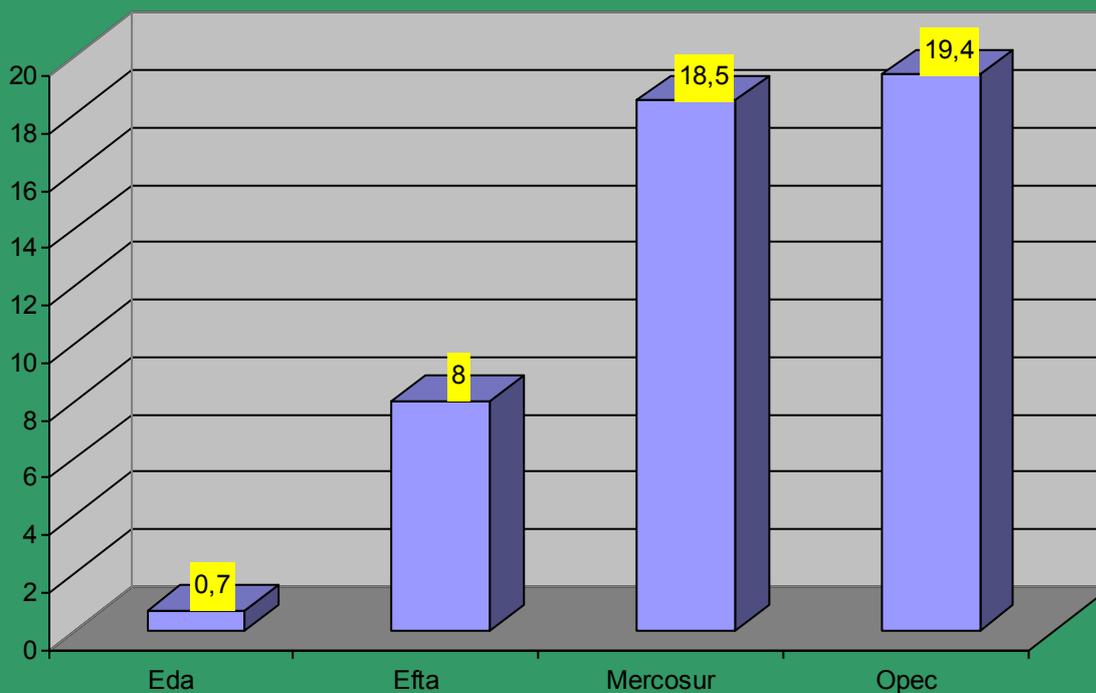
BOX 5 - I big five dell'interscambio con la Turchia e le previsioni di export

I grandi paesi con cui la Turchia è in affari nell'interscambio sono la Russia, Germania, Cina, Italia e Stati Uniti. A fine gennaio, il ministro del commercio turco, ha annunciato che nel 2009 il volume di export passerà dai 138 miliardi del 2008 agli appena 100 (precedentemente erano a quota 109). La ripresa è pensata per il 2011/2012.

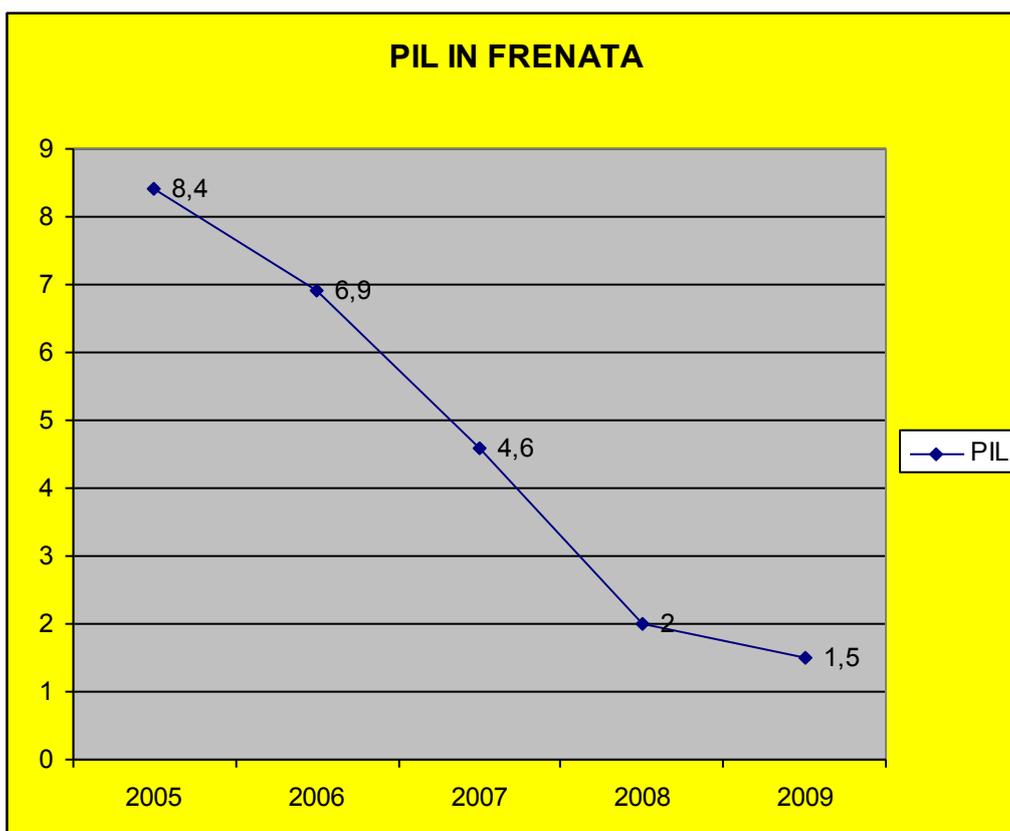
Export italiano verso i Paesi extra UE - il 2008 sul 2007



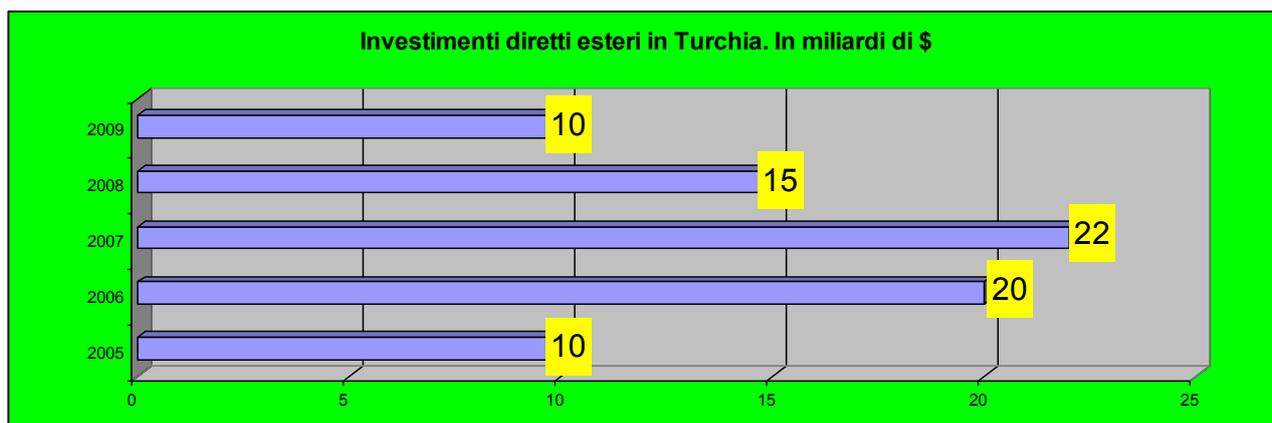
Export italiano verso aree economiche - il 2008 sul 2007



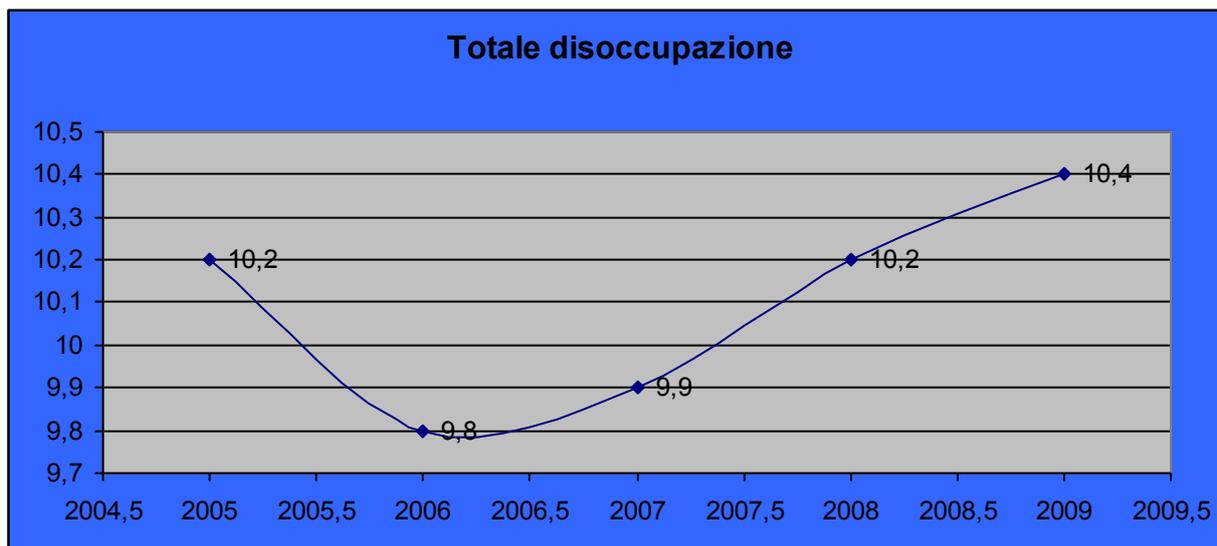
Fonte Istat – dati diffusi il 28 gennaio 2009. Le aree qui descritte sono: Eda (Singapore, Corea del Sud, Taiwan, Hong Kong, Malaysia e Thailandia.) Efta (Islanda, Norvegia, Svizzera e Liechtenstein) il Mercosur (Brasile, Paraguay, Uruguay e Argentina) infine l'Opec (Algeria, Arabia Saudita, EAU, Indonesia, Iran, Iraq, Kuwait, Libia, Nigeria, Quasar e Venezuela).



Fonte: Eiu-Bureau Van Dijk – dicembre 2008



BOX 6 - Anche in Turchia, come in Italia, si favoriscono gli accorpamenti tra PMI per non fallire. In Italia si chiamano distretti industriali che da quest'anno godranno di una tassazione unica concordata con il fisco. In Turchia le piccole imprese sono ancora PMI che rappresentano comunque, anche nel nostro paese, il 75% del tessuto produttivo. La spinta del governo turco, motivata anche dalle elezioni amm.ve del prossimo 29 marzo, si cui il premier Erdogan conta moltissimo, è quella **di concedere sussidi governativi solo a quelle imprese che raggiungono un fatturato di 2 milioni di lire turche (pari a 1 di euro)** In effetti questo aspetto vale anche per il nostro Paese, dove le troppe imprese di parquet forse vorrebbero anche unirsi, per contare di più sui mercati nazionale e internazionale, ma non sanno da dove cominciare!



Fonte per entrambi i grafici: Eiu-Bureau Van Dijk – dicembre 2008

BOX 7 - Una presenza turca in Italia

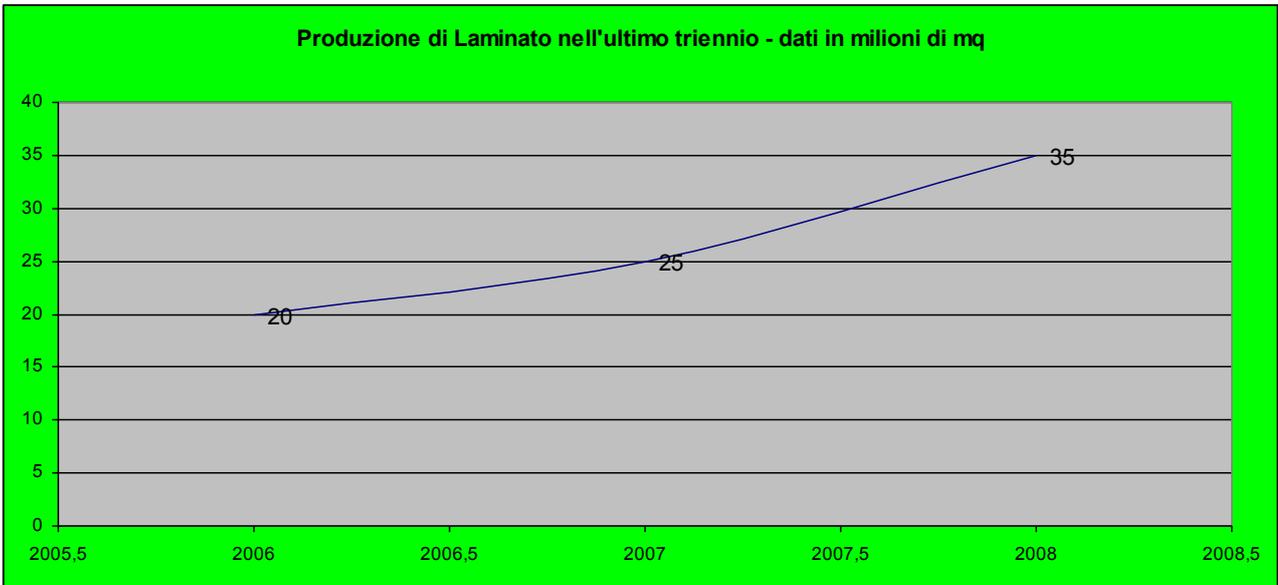
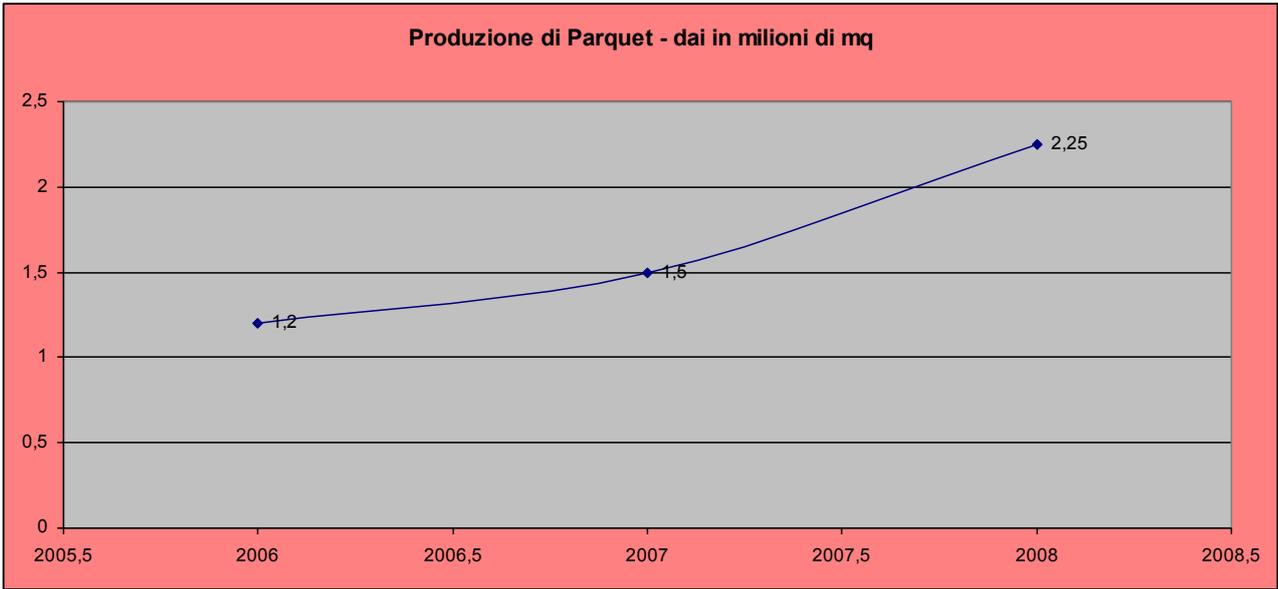
Completamente sganciato dal mondo dei pavimenti in legno e attivo nel campo della siderurgia “SteelOrbis connecting markets” www.steelorbis.com è un network turco che ha aperto in novembre una sede a Brescia (sono attivi anche a San Diego in California, a Shanghai e ovviamente in Turchia a Istanbul) Se ne dà notizia in questo ambito di PROFESSIONAL PARQUET perché la SteelOrbis utilizza una piattaforma on line di contrattazione e scambi commerciali, collegando in tutto il mondo qualsiasi operatore che si sia iscritto e abbia pagato la sua retta. In questo modo, in tempo reale, chiunque nel mondo sa che è disponibile una certa partita di materia prima a quel prezzo. Francamente c’è da prendere esempio.

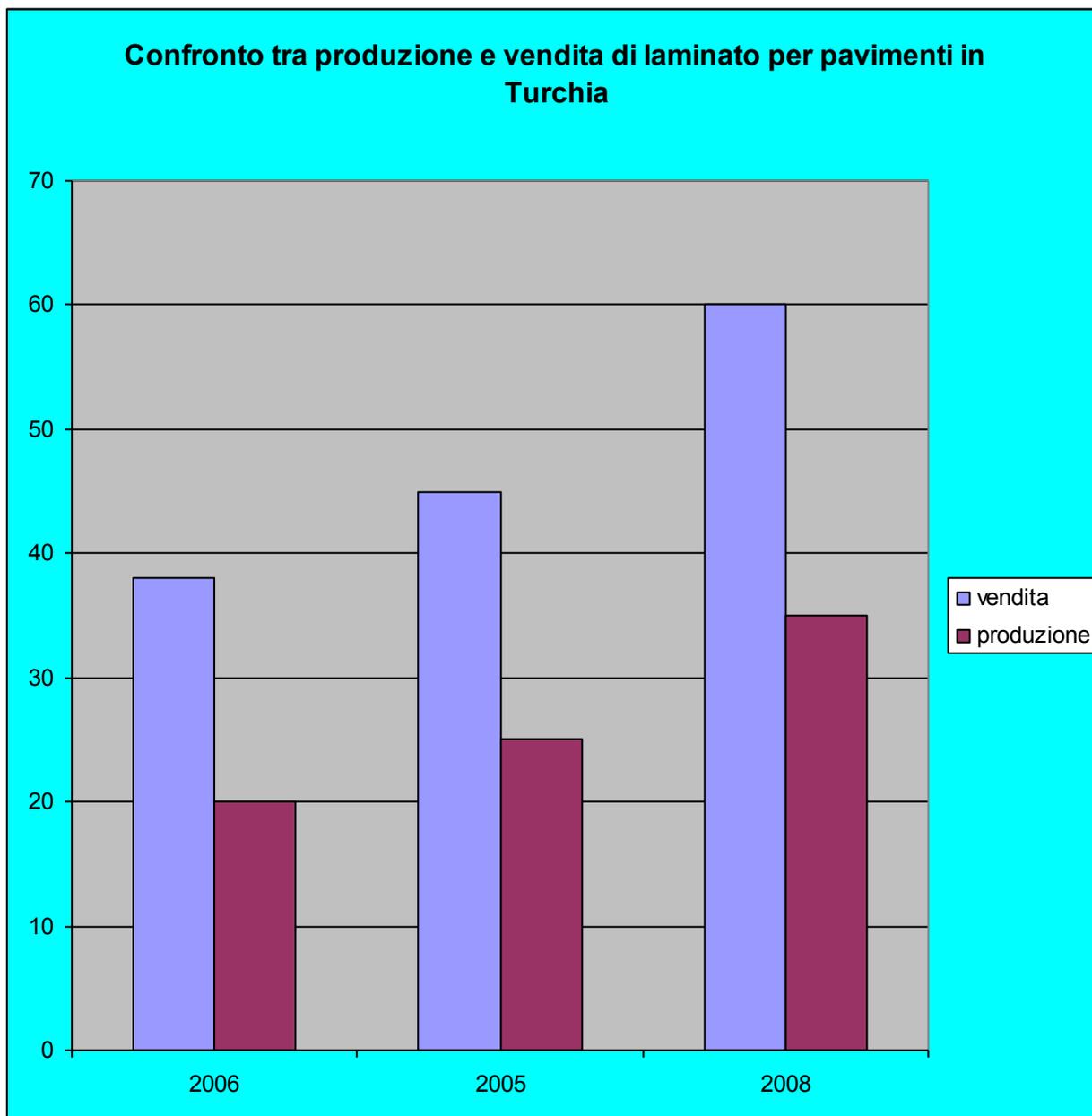
Domanda: Signor Luca Veronesi, grazie di aver concesso un’intervista a PROFESSIONAL PARQUET, Lei rappresenta la Steel Orbis ovvero una società di servizi turca; perché siete presenti anche in Italia?

SteelOrbis disponeva già di sedi a Istanbul (la prima), a Shanghai e San Diego, coprendo sostanzialmente un po’ tutti i mercati strategici di riferimento per la siderurgia (oltre a uffici di rappresentanza con corrispondenti a Hong Kong, Taiwan, Israele, Iran, Ucraina). Mancava però un referente preciso per il mercato italiano ed europeo, anch’essi strategici nel comparto siderurgico. Nella mia persona è stata individuata la figura più adatta ad avviare l’ufficio europeo di SteelOrbis, data la precedente esperienza maturata in un altro organo di market intelligence (figure di questo tipo mancano in Italia come negli altri paesi europei) Non solo, ma l’ubicazione bresciana, permette di essere al centro della “capitale italiana del tondo”. Inizialmente l’ufficio italiano si occuperà di seguire il nostro mercato nazionale, per poi estendere il lavoro a tutto il mercato dell’Europa occidentale.

PARTE TECNICA – Il parquet in Turchia

I dati di produzione e vendita del parquet in Turchia vengono esposti sinteticamente in alcune grafiche. 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 concesse a questo Dossier Turchia sono quattro. Chi apre è un imprenditore italiano del parquet raccontando la sua esperienza di esportatore, a cui seguono ben tre distributori turchi.

LA VOCE DI UN IMPRENDITORE ITALIANO

Domanda: Grazie per aver concesso quest'intervista a PROFESSIONAL PARQUET Signor Arzuffi, Lei è un imprenditore italiano che opera nel parquet, perchè ha contatti con la Turchia?

Arzuffi: Per rispondere alla Sua domanda dobbiamo fare un salto indietro, più precisamente al 1997. Ci tengo a fare in questa sede due precisazioni: una sul fatto che la Turchia è stato il primo Paese estero sul quale abbiamo iniziato a lavorare, per questa ragione gode della mia personale cura; la seconda è per un ringraziamento alla vostra rivista in quanto questo contatto è stato frutto della pubblicità su Professional Parquet. Infatti gli operatori turchi, leggendo la rivista hanno incontrato un certo interesse nella nostra comunicazione e così è iniziato un sodalizio, che dura ormai da molti anni.

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

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 ed 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.

Domanda: Quali sono le problematiche più impegnative che ha riscontrato operando sul mercato turco rispetto altri contesti comm.li?

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, Erdoğan, 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 mercato 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 contando a sua volta più di dieci milioni di abitanti.

Domanda: da come mi ha appena risposto, Lei agisce anche su altri mercati, può parlarmene?

Arzuffi: Vermeister da molto tempo opera nei principali mercati internazionali. In questa dimensione la mia impresa ha intrapreso un rapporto sinergico molto profondo, che si è distinto per la sua capacità di rendere il "pensiero" Vermeister la risultante dei bisogni e delle specificità di ogni singolo mercato, cogliendo in essi tutte le opportunità per migliorare e sviluppare nuovi prodotti e nuove tecnologie. Infatti lo si deve ad esso il fiorire dei nuovi prodotti Vermeister lanciati sul mercato nell'ultimo anno, soluzioni che hanno dato la capacità di anticiparne le tendenze, Velvet e Flame, o nel risolvere problemi antichi con prodotti nuovi, attenti alla salute dell'operatore e dell'ambiente, come la linea ZERO% (primer e adesivo) come recita il nome senza solventi.

Domanda: grazie per averci permesso, seguendo le sue parole, di sentirci così "globali", ma ora per concludere, mi parla della sua impresa; Lei chi è?

Arzuffi: Vermeister ha chiuso il 2008 con un risultato più brillante del previsto, obiettivo che ha, per dire la verità, sorpreso anche a me, e che ha dato modo di continuare la tendenza positiva che dura ormai da diversi anni. Ad una prima analisi è risultato che tale successo è derivato senza alcun 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 stabile anche i prezzi, posizionandoli, in un rapporto prezzo/qualità, a un livello veramente eccellente. Anche l'azione espansiva sui mercati esteri ha contribuito sull'ottimo risultato 2008, concretizzando sempre più i nostri rapporti con i partner stranieri e la nostra filiale americana. Mi lasci concludere con una sottolineatura; a dispetto di un quadro generale pesante, sono convinto che nel breve periodo saranno disponibili nuovi spazi di mercato però, solo per chi investirà nella ricerca e nella produzione di prodotti di alta qualità.

LA VOCE DEGLI IMPRENDITORI TURCHI

Domanda: da quanti anni siete sul mercato?

Trio Parquet, Mister Atay: vivo questa avventura **da 15 anni.**

Mustafa Kartal: sono presente sul mercato da 20 anni.

Albero Parquet – Mister Vahit Paksoy: opero da 16 anni

Domanda: quante persone entrano nei vostri negozi mediamente ogni giorno e se operate tramite showroom quale tipo di orario osservate verso il pubblico?

Paksoy: gestisco in tutto 3 showroom e ci sentiamo una realtà importante per il paese sul piano commerciale. Solitamente abbiamo una media di 8-10 visite/giorno. L'orario è comune a tutti.

Mustafa Kartal: da me entrano tra le 2 e 10 persone al giorno. Il mio orario di apertura dello showroom è continuato dalle 8.30 alle 18.30

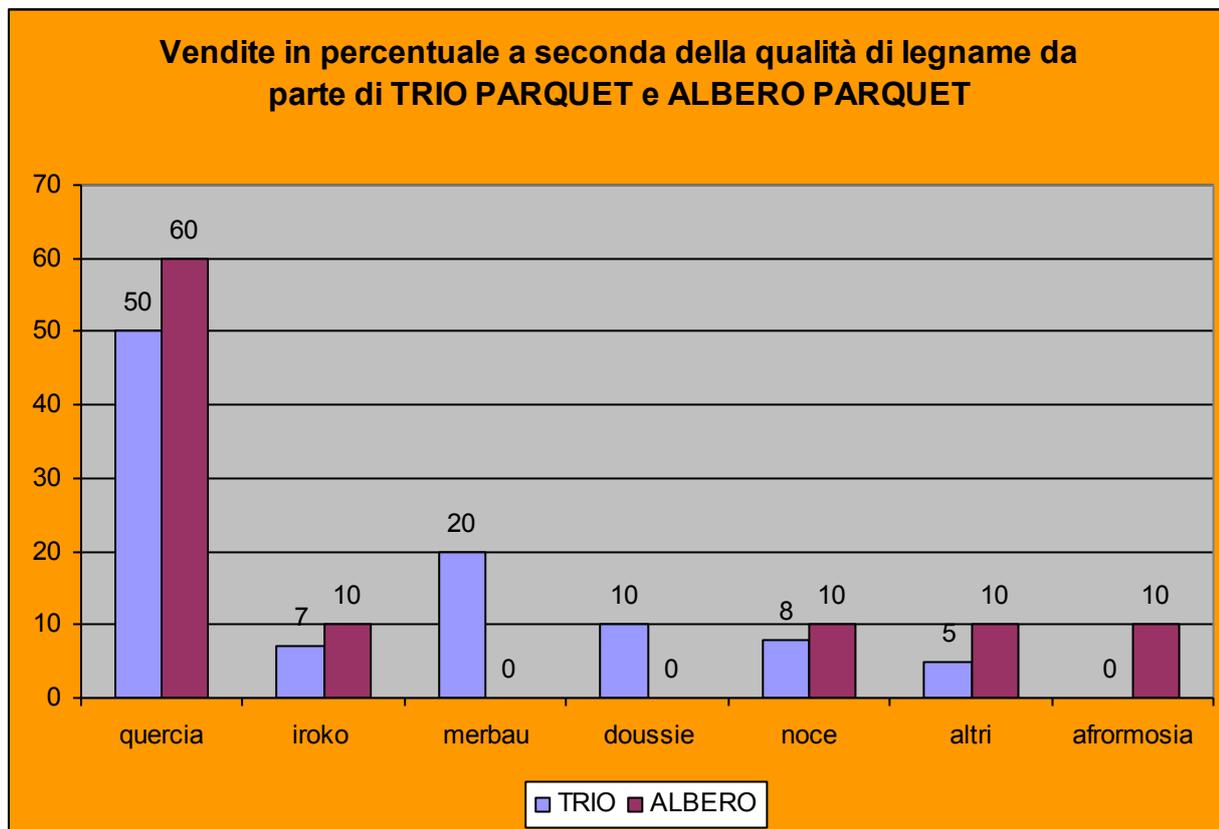
Atay: mediamente ho dalle 2 alle 5 visite giornaliere. Il nostro showroom è aperto dal lunedì al sabato, dalle 9 alle 19.30

Domanda: dividendo le vostre vendite in percentuale tra i diversi tipi di parquet cosa avremmo?

Mustafa Kartal: sicuramente tra la quercia e l'iroko ho il 50% delle vendite.

Atay: nel mio caso la quercia è al 50% e l'iroko al 7% ma rinvio alla annessa grafica.

Paksoy: io ho posizioni diverse per cui rinvio alla visione d'insieme.



Domanda: i costi in media su che ordine di idee corrono?

Mustafa Kartal: mi spiace, ma non parlo di prezzi in un'intervista.

Atay e Paksoy: su questo aspetto entrambi non abbiamo problemi. I costi che pratichiamo sono:

	PREZZI DI TRIO PARQUET	PREZZI DI ALBERO PARQUET
Quercia	€/mq 15 – 200	55 €/mq
Merbau	€/mq 15 – 55	-
Doussie	€/mq 50 – 120	-
Noce	€/mq 45 – 180	50 €/mq
Iroko	€/mq 25 – 80	40 €/mq
Altri	€/mq 15 – 200	35 €/mq
Afrormosia	-	60 €/mq

Domanda: vendete tramite internet e con quali risultati?

Mustafa Kartal: no, non facciamo uso di internet.

Atay: abbiamo un sito dove è possibile osservare ogni prodotto da noi trattato, ma non desideriamo la vendita attraverso questo mezzo, perché la qualità e bontà delle scelte non è condivisibile.

Paksoy: anch'io non ritengo internet la sede più adeguata per offrire un prodotto come il nostro.

Domanda: nel vostro fatturato complessivo, il parquet quanto pesa?

Mustafa Kartal: il 100% da 24 anni.

Atay: anche per noi, il parquet è tutto.

Paksoy: per me invece il parquet rappresenta il 40% del mio fatturato, il resto è nelle costruzioni.

Domanda: brevemente potete raccontarci la vostra storia commerciale?

Mustafa Kartal: Ho iniziato nel 1984 lavorando la noce per passare nell'89 alla produzione vera e propria di parquet, che ho perfezionato nel 2003 grazie a miei investimenti. La mia produzione è possibile osservarla nel sito www.semparke.com

Atay: 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, che gestisco da 15 anni. Come politica di fondo ho sempre cercato dall'estero prodotti di qualità a giusto prezzo, da introdurre nel mio paese. Sono un distributore e la mia impresa è visibile tramite il sito: www.trioparquet.com

Paksoy: ho fondato la mia attività nel 1993 operando sul parquet. Dal 2000 ho iniziato ad importare dagli USA Canexel Sidings. Oggi ho 3 diversi settori da coordinare: parquet, edilizia e importazione.

Domanda: *quanto del parquet usato in Turchia è prodotto da voi e quanto ne importate?*

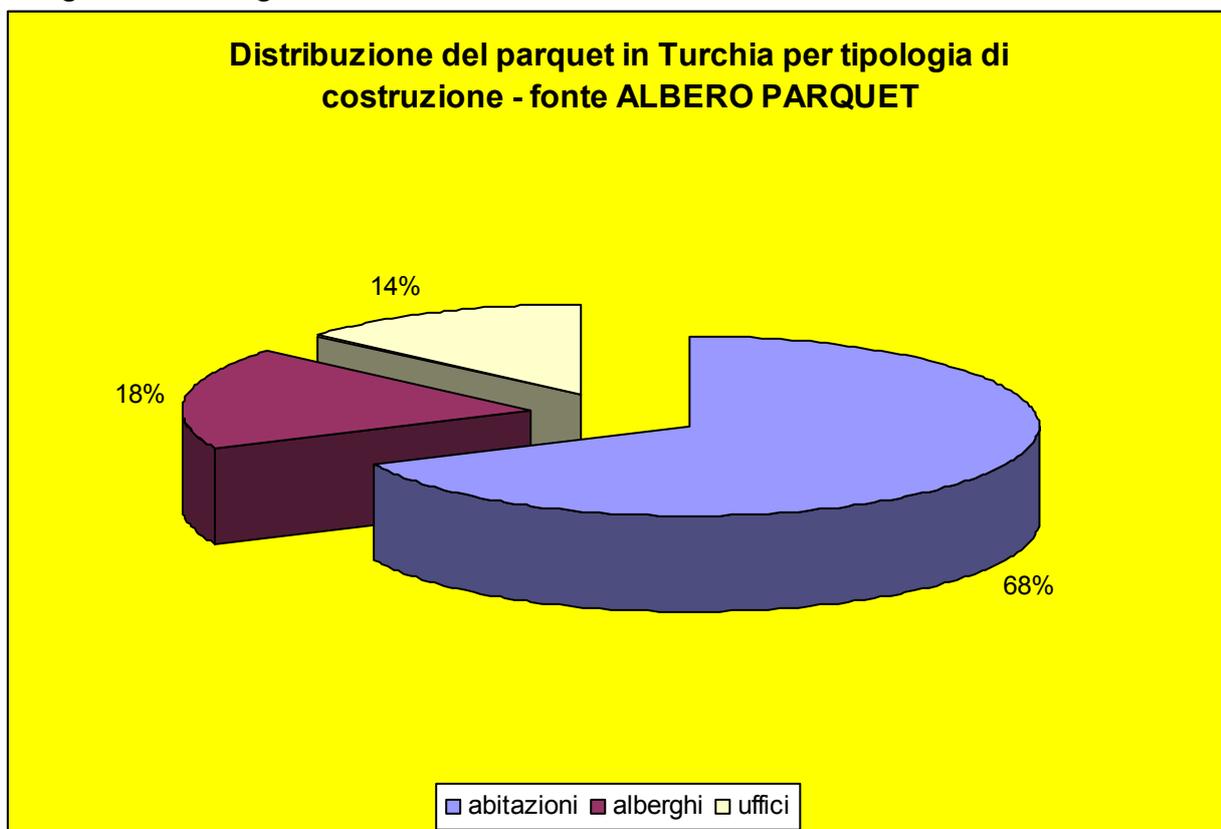
Mustafa Kartal: la produzione turca di parquet è per circa di 2,5 milioni di mq annui che copre il 75% del fabbisogno nazionale. Il restante è oggetto d'importazione.

Atay: preferisco completare la domanda che ci ha fatto indicando quali sono i nostri mercati di riferimento nell'import/export. Come Turchia importiamo dall'Italia, Germania, Spagna, Austria, Indonesia, Cina Polonia, Olanda, Ungheria, Bulgaria, Ucraina e Romania. Esportiamo in Italia, Russia, USA, Turkmenistan, Kasakhstan e Azerbaijan. In questo modo se qualche operatore italiano volesse agire su quei mercati, sa che noi siamo già introdotti.

Paksoy: in merito a chi sono i produttori più affermati sul nostro mercato direi sicuramente la Sem e la Dempar.

Domanda: *si usa il parquet nella case turche?*

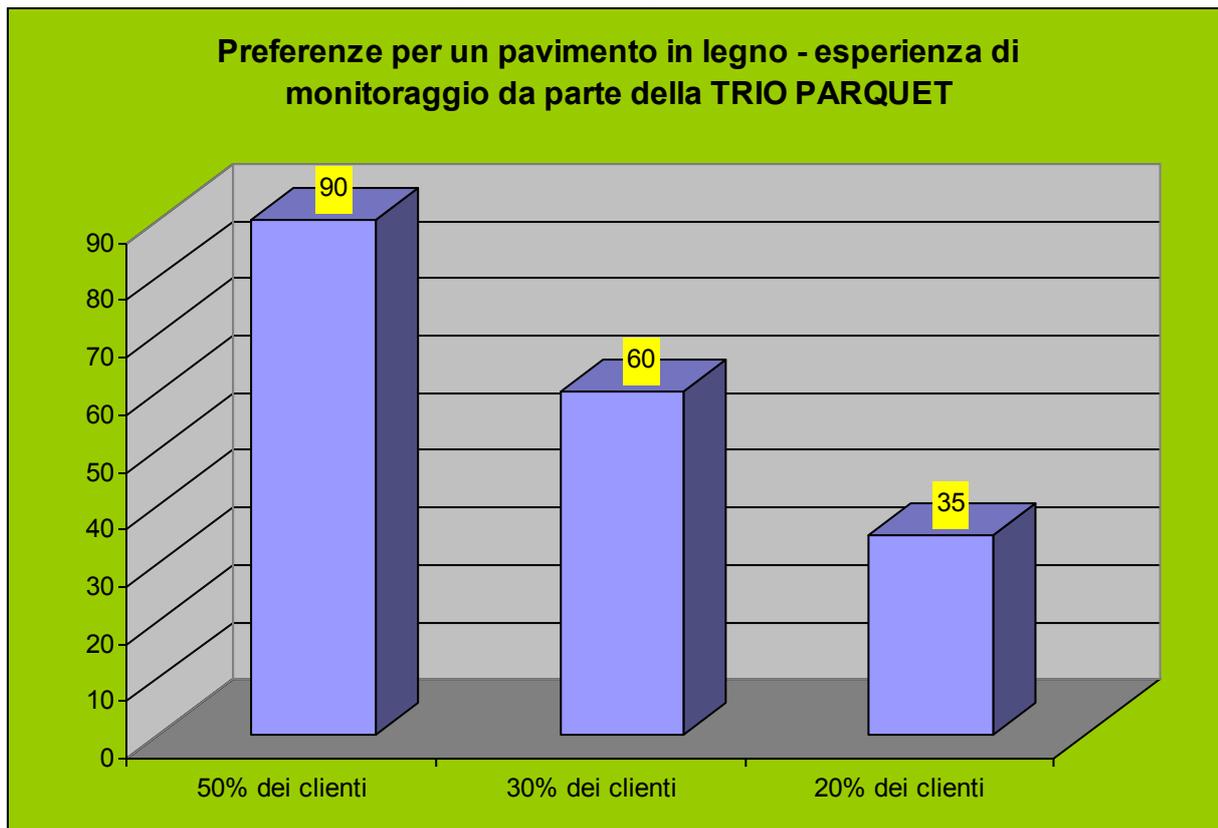
Paksoy: sicuramente, secondo me, la regione di Marmara è quella a maggiore utilizzo di pavimenti in legno. Inoltre dai miei dati il 75% del parquet in Turchia lo si trova nelle abitazioni, il 20% negli alberghi e il 15% negli uffici.



Mustafa Kartal: nell'ambito del parquet, la maggior parte è del tipo laminato. Nel confronto tra quest'ultimo e la moquette siamo testa a testa.

Atay: tra laminato e parquet il 50% delle abitazioni turche ne fa uso. In campo alberghiero invece siamo ancora e solo al 20% il 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% di parquet. Un altro 30% di clienti osservato da noi, accetta una presenza di parquet pari al 60% mentre la restante si accontenta di un 35% di pavimenti in legno.



Domanda: *dividendo il Paese in aree quali sono quelle dove il parquet è più diffuso?*

Mustafa Kartal: in Marmara e Aegean abbiamo le vendite più alte.

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

Domanda: *siete interessati a collaborazioni-joint venture con operatori italiani?*

Mustafa Kartal: certo, perché no?

Atay: da 15 anni importiamo dall'Italia parquet e prodotti chimici complementari.

Domanda: *attualmente avete contatti con operatori italiani?*

Mustafa Kartal: noi intratteniamo dei contatti non stabili, ma frequenti, con operatori italiani che sono produttori di macchinari per la lavorazione del legno come Elmag Superfici e Viet Calibratrice.

Atay: siamo regolarmente in contatto d'affari con Vermeister, Colema (Unikolegno) , D.K.Z (Fiemme3000) e Ardesia

Paksoy: si siamo in contatto con Ardesia e Colema

Domanda: *con quali operatori esteri (rispetto la Turchia) siete in contatto?*

Mustafa Kartal: con cinesi e indonesiani.

Atay: lavoriamo anche con Tilo (Austria), STP e Galparket, entrambi produttori spagnoli.

Domanda: *se un operatore italiano volesse entrare in contatto con voi lo accogliereste?*

Mustafa Kartal: con un benvenuto.

Atay: capisco la domanda, ma vorrei dire qualcosa in più. Se in Europa ci sono degli imprenditori del parquet che sono molto aperti alla collaborazione con colleghi di altre nazionalità, questa è una caratteristica propria di noi turchi.

Domanda: *c'è un'associazione turca per i produttori e distributori di parquet?*

Mustafa Kartal: abbiamo la PURSAB (Union of Parquet Manufacturers and Sellers) di cui io sono membro.

Atay: però non va dimentica anche la PARSIAD (Association of Parquet Sellers)

Domanda: *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 turche.

Atay: il momento di congiuntura economica internazionale resta difficile sia ora che per i prossimi anni, 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.

Paksoy: confermo quanto qui detto, le stesse banche non possono fare miracoli, anzi la stessa stagione dei miracoli è finita.

CONCLUSIONI

Ogni considerazione dedicata all'argomento globalizzazione va distinta tra prima di luglio 2008 e dopo. Cos'è accaduto nell'estate dello scorso anno? Semplicemente la globalizzazione ha collassato, significa che ha espresso la sua reale inconsistenza nel senso che è sbagliato produrre nello stesso modo in ogni parte del mondo. Nessuno si era reso conto, dal 2001 ad oggi, che esiste una via nazionale allo sviluppo e alla produzione e chi lo affermò è stato messo a tacere.. In questo modo i cinesi producono secondo certe regole che non sono degli indiani dell'India e tanto meno quelle in vigore in Occidente. Illudersi che tutti potessero agire seguendo regole di qualità standardizzate è stata un'illusione. Da qui il passaggio al rigetto del mercato per quantità di beni prodotti e regole disattese o completamente inventate è avvenuto grazie alla speculazione.

Infatti oggi stiamo assistendo al rifiuto da parte del mercato, di un sistema di produzione che ha fatto il suo tempo. Si osservi ad esempio il prezzo del petrolio. L'oro nero era 147 dollari al barile all'inizio dell'estate 2008, oggi, è sui 40. La differenza è di 107 dollari che rappresenta il 73% del prezzo. A questo ragionamento va considerato il calo dei consumi: in pratica in tutti i continenti si è conteggiata una riduzione del 3%. A conti fatti la differenza tra 73% e il 3% rappresenta la quantità di speculazione che grava sul petrolio, ovvero il 70% del suo valore. Considerazioni analoghe valgono per il rame, il grano, il riso e tutte le materie prime. Può reggere un mercato in queste condizioni? Bastano questi ragionamenti per dire che la crisi non è dovuta a qualcuno che non ha pagato le rate del mutuo della casa, ma stiamo vivendo un cambio di sistema. Tradotto in termini pratici non è una crisi dalla quale si esca con una manciata di mesi, dove basta trincerarsi e "tenere duro", al contrario serve che il sistema economico torni a essere specchio delle singole società nazionali, pur se conservando un alto-altissimo grado di integrazione.

Perché questo accada servono almeno 3 anni.

Definita la crisi nei suoi contorni che futuro avrà la globalizzazione? Non c'è futuro per questo modo di intendere il mercato, al contrario si sta cercando una "tribalizzazione" per cui avremo meno Russia, Ucraina e Cina (hanno regole non sufficientemente mature per competere sul mercato) ma più scambi con alcuni e selezionati paesi dell'Est, quindi i Balcani, India, Bacino del Mediterraneo e Occidente. In pratica significa fare affari forse più ridotti nei numeri, ma con "gente che si conosce", geograficamente vicina e culturalmente simile (per quanto con il mondo islamico i conti siano ancora aperti). Nel quadro di una rivisitazione globale della globalizzazione, la Turchia che sia nella UE o no comunque avrà un ruolo nell'interscambio italiano.