

L'INTERVISTA

KLAUS MUTSCHLECHNER

«Mercato tedesco in crisi? Diversificare e innovare»

La crisi dell'automotive. Il Ceo di Intercable: «I problemi nell'economia in Germania si fanno sentire anche da noi. Le imprese sono chiamate a ridimensionare le proprie capacità produttive»

BOLZANO. Ecco la crisi tedesca e le sue ripercussioni sull'economia altoatesina da chi le vive quotidianamente nel proprio lavoro. Ovvero da Klaus Mutschlechner, Ceo di Intercable Srl (sede principale a Brunico), presidente della rete aziendale AES (Automotive Excellence Alto Adige) e vicepresidente di Confindustria Alto Adige. Una tematica evidenziata anche dal recente rapporto di Bankitalia sull'economia regionale.

In che misura la crisi tedesca interessa anche la vostra azienda?

«La crisi dell'economia in generale e del settore automotive tedesco nello specifico si è fatta sentire anche nelle nostre imprese. Il Gruppo Intercable è composto di numerose "business unit" fortunatamente ben diversificate. Nel settore automotive sono due le imprese del nostro Gruppo che si occupano di componentistica, una dedicata alle soluzioni High-Voltage per la mobilità elettrica (Intercable Automotive Solutions, partecipata e controllata dal Gruppo americano APTIV) ed

una dedicata a componenti per la protezione e la connessione cavi destinati prevalentemente ai veicoli a combustione interna (Intercable Tec, interamente controllato dalla mia famiglia). Le difficoltà di costruttori tedeschi come Mercedes e Volkswagen ed in particolare dei loro programmi di elettrificazione sta influenzando pesantemente la nostra divisione High Voltage, che dopo anni di crescita costante quest'anno ha visto ridursi sensibilmente i propri volumi d'affari. Meno evidente è la flessione dei volumi relativi alla componentistica tradizionale».

E più in generale il comparto dell'automotive altoatesino?

«Non posso parlare per altre imprese del territorio, ma la dipendenza dal mercato germanico è molto forte per quasi tutte le imprese locali. Come per buona parte della filiera automotive del Nord-Italia, anche nella nostra provincia la Germania e la sua industria automobilistica è il primo cliente dell'industria automotive in Alto Adige. Un rallentamento



• Klaus Mutschlechner, Ceo di Intercable Srl

dell'industria tedesca in particolare ed europea in generale ha dunque ripercussioni dirette e immediate anche sul nostro sistema produttivo. Nei primi 7 mesi di quest'anno la produzione di vei-

coli in Germania si è contratta complessivamente del -4%, con punte di -20% per i veicoli elettrici (BEV) e questi indicatori rispecchiano l'impatto sulle nostre filiere. Gli analisti prevedono che la

produzione europea 2024 si contragga complessivamente del 6,5% rispetto allo scorso anno, con deboli prospettive di ripresa nel 2025. In funzione della specializzazione (ad esempio, prevalenza di componenti per veicoli tradizionali o elettrici) le nostre imprese dunque stanno facendo i conti con una domanda sensibilmente più debole delle previsioni, con sovracapacità produttive già installate, con la continua revisione dei propri piani di investimento ed esercizio, con la rinegoziazione di prezzi ed indennizzi con i propri clienti. Va aggiunto che non solo la Germania e i suoi costruttori di auto ad avere difficoltà, ma tutti gli europei (ad esempio Stellantis). È una fase congiunturale negativa un po' per tutti».

Quali interventi si possono adottare? Si punta su una maggior differenziazione dei mercati o ci sono altre strategie da mettere in campo?

«Moltissime delle nostre imprese sono già globali e servono oltre alla Germania anche mercati come il resto d'Europa (esempio la Francia), l'Asia o l'America settentrionale. Oltre alla diversificazione regionale (già in atto), è probabile che molte imprese intensifichino i propri sforzi per offrire le proprie soluzioni tecnologiche anche ad altri settori industriali oltre all'automotive (esempio mezzi agricoli, aero-spazio, navale, robotica e altri settori industriali in generale). In queste fasi di debolezza del mercato oltre alla diversificazione (che richiede comunque tempi e investimenti), le imprese sono chiamate a migliorare a breve termine la propria efficienza, ridimensionando le proprie capacità produttive e continuando possibilmente ad investi-

re sull'innovazione di prodotto e processi. A livello strategico mi aspetto il maggior ricorso a cooperazioni strategiche (acquisizioni e fusioni) per realizzare trasformazioni aziendali che richiederebbero troppo tempo, in un mercato sempre più rapido e volatile».

L'ipotesi di dazi da parte del futuro presidente Usa Donald Trump è per voi un ulteriore motivo di preoccupazione?

«È una domanda molto specifica che richiama riflessioni molto più generali. Innanzitutto le segnali che la maggior parte dei costruttori e dei fornitori del settore auto sono già operativi a livello globale con propri stabilimenti nelle diverse aree geografiche del mondo. Sono molte le imprese dell'Alto Adige che hanno già stabilimenti produttivi sul suolo americano (local for local) e per queste imprese poco cambierebbe. Certamente una politica protezionistica da parte degli Stati Uniti potrebbe incentivare una maggior ulteriore localizzazione. Da imprenditore sono sinceramente più preoccupato che a livello europeo nulla cambi. Se l'eventuale aggressività del presidente Trump costringesse l'Unione europea a ragionare più come gli "Stati Uniti d'Europa" potrebbero invece nascere nuove opportunità».

Più o meno quanti sono i dipendenti del settore automotive in Alto Adige?

«In Alto Adige considerando anche l'indotto (ad esempio quello dell'automazione industriale), il settore conta circa 300 aziende e oltre 16.000 collaboratori, di cui circa un terzo impegnati direttamente nella filiera Automotive».**A.M.**