

Turchia, un ponte tra Oriente e Occidente

Il mercato elettronico turco offre un grande potenziale di competenze e capacità produttive, pur presentando ancora delle difficoltà di investimento in infrastrutture e tecnologie

Laura Baronchelli

Tramonti infuocati sul Bosforo, l'orizzonte orlato da minareti e moschee, i cammini delle fate tipici della Cappadocia, il mare turchese di Kas e Antalya e le splendide rovine di Efeso non sono che alcuni degli aspetti più affascinanti di un Paese, la Turchia, che da sempre ammalia turisti e viaggiatori. Ma non sono solo i panorami mozzafiato a rendere il Paese così speciale. Punto di congiunzione tra Oriente e Occidente, la

Turchia è un territorio dalle mille sfaccettature politiche, culturali e religiose, ma è anche un Paese fortemente legato all'Europa e alla sua economia, desideroso di crescere e riscattarsi agli occhi del mercato internazionale.

ELETTRONICA, UN SETTORE IN RIPRESA

Grazie ai dati rilasciati ogni anno da **Tesid** (*Turkish Association of Electronics Industries*) è possibile disegnare struttura e dimensioni del mercato elettronico turco. Pur avendo subito, al pari del resto d'Europa, una battuta d'arresto nel 2008 e 2009 con esportazioni, importazioni e produzione in ribasso per via della crisi economica globale, il settore realizza ogni anno un valore di esportazioni per 4,8 miliardi di dollari (dati 2008) e dà lavoro a 45.000 persone. Le spese in R&S equivalgono a 180 milioni di dollari, pari all'1,9% del Pil nazionale.

La produzione ha registrato 9,5 miliardi di dollari nel 2008, contro i 4,9 dell'anno precedente; le importazioni sono passate da 14 miliardi nel 2007 a 13,5 nel 2008 (*Figura 3*). Guardando ai risultati della produzione per settore di mercato, il consumer electronic ha registrato la share più elevata, con il 37,7%; al secondo posto l'industriale detiene una quota di mercato del 18,6%, seguito dalle telecomunicazioni.

Parlando di futuro e di ritorno alla crescita, le stime per i prossimi due anni prevedono una ripresa del Pil già a partire dal 2010, arrivando a superare il 4% già nel 2011.

IL FIORE ALL'OCCHIELLO DELL'ECONOMIA TURCA

Il settore consumer è sicuramente il fiore all'occhiello della Turchia, tanto che molti produttori di elettrodomestici e televisori hanno scelto negli anni passati di aprire unità produttive nel territorio. **Arçelik**, **Beko** e **Vestel** sono tra i nomi di spicco del Paese.

Ultimamente, i numeri hanno mostrato un calo del fatturato e dei volumi di vendita (3.582 milioni di dollari nel 2008, pari a un -16,4% su base annua) e un calo delle esportazioni (-17,9%), legato al cambiamento delle tecnologie impiegate nella produzione dei Tv (*Figura 2*). Se fino a qualche anno fa, la Turchia dominava la scena per la produzione di Crt, ora, con l'avvento di nuove tecnologie, quali Lcd e LED, si ritrova in una posizione arretrata rispetto ad altre aree produttive e deve investire in adeguamenti tecnologici e nuove strutture per tornare a essere competitiva.

Di fatto, comunque, oltre l'85% dei televisori prodotti in Turchia vengono ancora oggi esportati in tutto il mondo, in particolare modo nell'Unione Europea.

Mercato Elettronico Turco - Export/Import e Produzione (in % per settore applicativo)

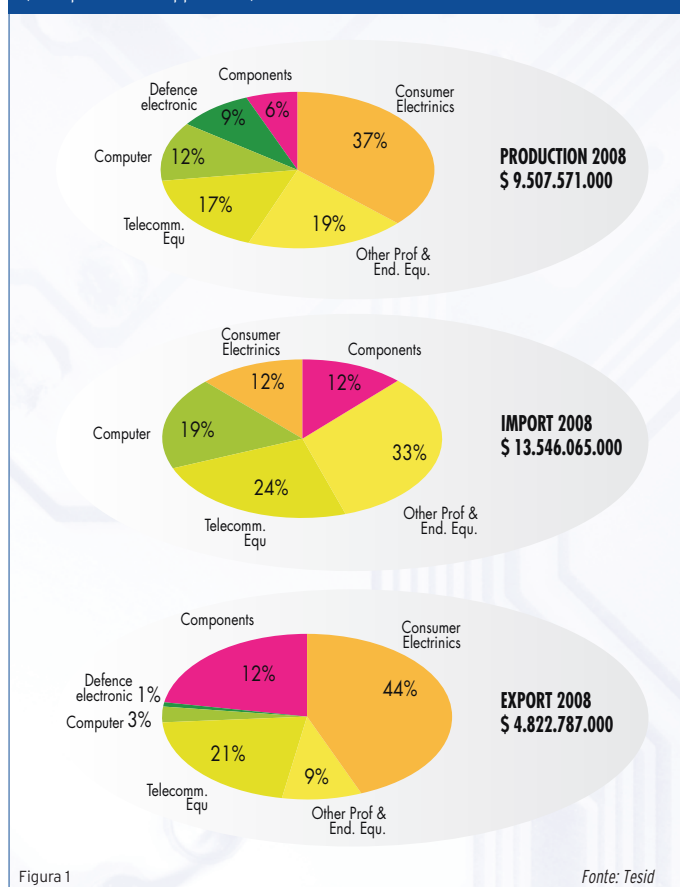


Figura 1

**FORUM FORTTRONIC:
LA SECONDA TAPPA**

La scelta della Turchia per organizzare il secondo **Forum Fortronic internazionale** è dipesa da diversi fattori:

- Gli **investimenti italiani** nel Paese hanno toccato **4,6 miliardi di dollari** nel 2008 coinvolgendo 660 aziende;
- A gennaio 2010, la Turchia è stato il Paese verso il quale più sono aumentate le **esportazioni italiane** (+50,6% su base annua);
- La **popolazione turca è giovane** (oltre la metà con meno di 25 anni) e propensa ai consumi;
- La **manodopera è di qualità**, anche se ha costi superiori rispetto all'Asia; competenze e know-how tecnologico sono di livello elevato;
- L'**1,9% del Pil** viene investito in ricerca e sviluppo; altri investimenti importanti sono effettuati nell'**energia** e nelle **vie di comunicazione** tra Istanbul e Ankara, che dovrebbero rilanciare la Turchia come ponte geografico ed economico tra Europa e Asia;
- La Turchia è un **polo produttivo** importante di elettrodomestici, televisori e beni di consumo;
- Il settore **automotive** si sta trasformando in base produttiva per altri Paesi (secondo le stime il settore raggiungerà un valore di produzione pari a 3,8 milioni di dollari nei prossimi due anni);
- Le istituzioni turche incentivano le imprese domestiche attraverso politiche di **detassazione**.

Il secondo Forum Fortronic, con focus su lighting e power, si svolgerà a **Istanbul** il **22 giugno 2010**.
Per info: www.fortronicforum.com

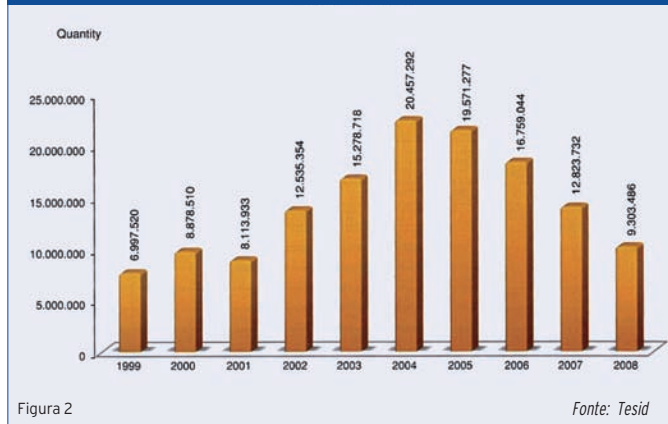
Lighting - Esportazioni turche per anno
(in milioni di dollari)

2000	38,06
2001	37,51
2002	51,01
2003	75,01
2004	100,2
2005	129,98
2006	160,78
2007	192,69
2008	225,64

Fonte: Export Promotion Center of Turkey

Tabella 1

Produzione di TV in Turchia
(in unità prodotte)



Il settore del bianco è un altro mercato di punta del Paese.

In Turchia sono presenti otto grandi produttori di elettrodomestici, 50 aziende di medie dimensioni e oltre 1.000 imprese di contoterzismo legate al mercato e rappresentanti un indotto importante.

Molte imprese sono localizzate a Istanbul; giusto per citarne alcune: Manisa, Bolu, Gebze, Bursa, Izmir, Anakara, Kocaeli, Yalova, Kayseri, Konya e Bilecik.

Arçelik è il produttore numero uno del settore, con una share del mercato del 50%, ed è il terzo produttore a livello europeo.

L'IMPORT/EXPORT DI COMPONENTI

Il settore dei componenti elettronici ha registrato, a livello di produzione interna, un valore di 587 milioni di dollari, pari a una share del 6,2% sul totale, e sembra destinato a crescere.

Le esportazioni di componenti sono aumentate arrivando a un valore di 1.039 milioni di dollari, mentre le importazioni sono calate per un valore di 1.659

milioni di dollari. Per tipologia di prodotto, i circuiti integrati rappresentano il 50,5% di quota sulle importazioni, le ventole e i trasformatori il 12%, i connettori e i relè il 18% e i circuiti stampati il 3,8%.

RINNOVABILI E LIGHTING, LA SFIDA PER IL FUTURO

Due settori appaiono particolarmente promettenti per il futuro di Costantinopoli: quello delle energie rinnovabili e quello del lighting. Il primo rappresenta soprattutto una sfida: un piano strategico per la produzione, la distribuzione e il consumo dell'energia nel rispetto dei target europei (20-20-20). Il potenziale di energia rinnovabile è enorme; secondo i dati **EIEI** la Turchia possiede un potenziale di energia eolica pari a 48mila MW. La sfida è importante ma anche onerosa, basti pensare che secondo l'**Ocse** bisognerebbe investire 16 trilioni di dollari di qui al 2030 per raggiungere l'obiettivo.

La seconda scommessa riguarda il lighting. L'industria pesa già per un volume di 350 milioni di dollari e conta 50 grandi aziende

ASSOCIAZIONI

AGID
Turkish Lighting Luminaries Manufacturers' Association
www.agid.org.tr

BEYSAD
White Goods Parts Suppliers Association
www.beyasad.org.tr

ECID
Electronic Equipment Manufacturers' Association

EMSAD
Electromechanical industrialists' Association
www.emsad.org.tr

OSD
Automotive Producers Association
www.osd.org.tr

TAGES
Industry of information Technology

TAYSAD
Association of Automotive Parts and Components Manufacturers
www.taysad.org.tr

TESID
Turkish Association of Electronics Industries
www.tesid.org.tr

TUBISAD
www.tubisad.org.tr

e 300 Pmi, per lo più concentrate a Istanbul, Ankara e Izmir. Il comparto esporta il 20% della produzione (per lo più apparecchi di illuminazione, accessori e segnaletica) verso l'Europa (Francia, Germania, Uk, Romania e Bulgaria) e sembra godere di un buono stato di salute (Tabella 1).

In prospettiva, se la Turchia sarà capace di tenere il passo all'evoluzione in atto nel campo dell'illuminazione a LED potrebbe diventare un mercato di sbocco interessante per tutta una serie di lavorazioni e applicazioni di nicchia.