



## CARPETA DE PRENSA

### EMO MILANO 2021

|                                                                                              |        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| EMO MILANO 2021: CITA EN ITALIA                                                              | 1      |
| EMO MILANO, INTÉRPRETE DEL ZEITGEIST INDUSTRIAL                                              | 2      |
| LUIGI GALDABINI COMISARIO GENERAL                                                            | 3      |
| CECIMO, ASOCIACIÓN EUROPEA DE INDUSTRIAS DE MÁQUINAS HERRAMIENTA                             | 3      |
| EMO MILANO 2021: LA FOTOGRAFÍA DEL EVENTO                                                    | 4      |
| EMO DIGITAL                                                                                  |        |
| EMO ADDITIVE MANUFACTURING                                                                   |        |
| EMO START-UP                                                                                 |        |
| LOS EVENTOS INSTITUCIONALES                                                                  | 6      |
| SPEAKERS CORNER                                                                              | 8      |
| EMO MILANO 2021 Y LOS JÓVENES                                                                | 10     |
| MARCA UCIMU                                                                                  | 10     |
| LA COMUNICACIÓN Y LA PROMOCIÓN                                                               | 11     |
| INICIATIVAS EN COLABORACIÓN CON LA AGENCIA ICE                                               |        |
| ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN PARA LOS EXPOSITORES                                 |        |
| EMOTEAM                                                                                      | 12     |
| FIERAMILANO, INSTALACIONES Y SERVICIOS A POCOS PASOS DE TODO                                 | 12     |
| MILÁN, METRÓPOLIS Y CIUDAD DE ARTE Y CULTURA                                                 | 12     |
| EMO MILANO 2021 Y LA CULTURA ITALIANA                                                        | 13     |
| EMOTION 2021: DIVERTISSEMENT ON THE MUSIC OF THE FIVE CONTINENTS                             | 13     |
| LA TECNOLOGÍA EN EMO MILANO 2021: LOS SECTORES REPRESENTADOS                                 | 14     |
| TARJETA DE IDENTIFICACIÓN DEL EVENTO                                                         | 15     |
| <br><b>LA INDUSTRIA MUNDIAL DE LAS MÁQUINAS HERRAMIENTA</b>                                  | <br>16 |
| LA EVOLUCIÓN EN 2020                                                                         |        |
| LOS PAÍSES LÍDERES                                                                           |        |
| LOS DEMÁS PAÍSES                                                                             |        |
| <br><b>LA INDUSTRIA ITALIANA FABRICANTE DE MÁQUINAS HERRAMIENTA, ROBOTS Y AUTOMATIZACIÓN</b> | <br>21 |
| LOS DATOS CORRESPONDIENTES AL 2020                                                           |        |
| LAS EXPORTACIONES 2020                                                                       |        |

#### Contacto:

*Claudia Mastrogiuseppe*, Jefa de Relaciones Exteriores y Prensa

+39 0226 255.299, 348.2618701 [press@ucimu.it](mailto:press@ucimu.it)

*Massimo Civello*, Relaciones Exteriores y Prensa

+390226255.266, +39 3487812176, [press2@ucimu.it](mailto:press2@ucimu.it)

*Filippo Laonigro*, Oficina Técnica de Prensa

+39 0226 255.225, [technical.press@ucimu.it](mailto:technical.press@ucimu.it)

## EMO MILANO 2021: CITA EN ITALIA

Vuelve a Italia, después de seis años, y tras el éxito de 2015, EMO, la exposición mundial itinerante dedicada al mundo de la metalurgia, celebrada alternativamente en Hannover y Milán.

El evento, que siempre ha sido esperado como una cita ineludible para los operadores de la industria manufacturera mundial, adquiere en esta edición un valor aún mayor, ya que se trata del primer evento de nivel internacional después de un año (y para algunos países incluso más) de paro forzoso debido a la pandemia.

La participación de los principales actores mundiales del sector confirma la importancia del evento, que mostrará **“The magic world of manufacturing”**, como reza el lema elegido para esta edición.

EMO MILANO 2021 se celebrará del 4 al 9 de octubre en el centro de exposiciones **fieramilano** Rho.

La organización de EMO MILANO 2021 ha sido encomendada por CECIMO, la asociación europea de industrias de máquinas herramienta, promotora del evento y titular de la marca EMO, a las estructuras operativas de UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE, la asociación de fabricantes italianos de máquinas herramienta, robots, automatización y tecnologías auxiliares.

Con una experiencia de más de diez años derivada de la organización de las seis ediciones anteriores de la exposición mundial itinerante (1979, 1987, 1995, 2003, 2009, 2015) y de la BI-MU, el principal evento de los años pares con más de medio siglo de historia, el personal lleva más de dos años trabajando en la definición y realización del evento y sus iniciativas paralelas.

## EMO MILANO, INTÉRPRETE DEL ZEITGEIST INDUSTRIAL

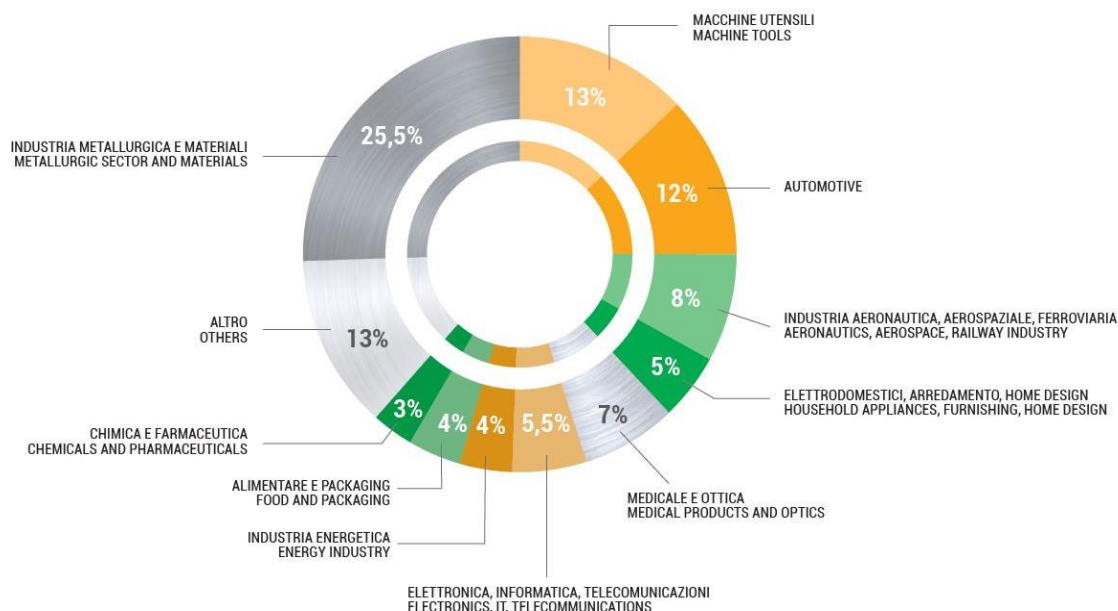
Las máquinas herramienta de corte y deformación, los robots, las tecnologías habilitantes y la automatización, las soluciones para la fábrica interconectada y digital, y la fabricación aditiva son algunos de los protagonistas de EMO MILANO 2021.

La amplia gama de productos expuestos, que responden a las necesidades de producción de todos los principales sectores de usuarios, confirma la singularidad de la EMO, capaz como ningún otro evento de interpretar el espíritu de los tiempos y el “zeitgeist industrial”.

El protagonismo lo tendrá la amplia oferta de máquinas herramienta, que atraerá a operadores de los principales sectores que utilizan sistemas para el procesamiento del metal: de la industria metalúrgica y de materiales a la maquinaria, de la automoción a la industria aeroespacial, de la óptica al sector biomédica, de la electrónica, la informática y las telecomunicaciones a los electrodomésticos, de la energía a la alimentación y el envasado.

### SECTORES A LOS QUE PERTENECEN LOS VISITANTES

Datos de EMO MILANO 2015



## **LUIGI GALDABINI COMISARIO GENERAL**

Nacido en 1958, se graduó en ingeniería mecánica en el Politécnico de Milán.

Desde enero de 1990, es director general de Cesare Galdabini spa, empresa líder en la fabricación de máquinas herramienta que funcionan con tecnología de deformación y máquinas para pruebas mecánicas, con sede en Cardano al Campo (Varese).

Presidente de UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE, la asociación de fabricantes italianos de máquinas herramienta, robots, automatización y productos auxiliares, durante los mandatos 2012-2013 y 2014-2015, sigue siendo miembro de la junta directiva y ex presidente de la asociación.

Es miembro de la delegación italiana de CECIMO, la asociación europea de industrias de máquinas herramienta, de la que fue presidente en el bienio 2015-2017.

Es vicepresidente de Univa, asociación de industriales de la provincia de Varese.

El nombramiento como Comisario General tuvo lugar en la Asamblea General de CECIMO de junio de 2019.



## **CECIMO: ASOCIACIÓN EUROPEA DE INDUSTRIAS DE MÁQUINAS HERRAMIENTA**

CECIMO, la asociación europea de industrias de máquinas herramienta, a través de sus 15 asociaciones nacionales miembros (incluida UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE), representa y promueve los intereses de unas 1.300 empresas fabricantes europeas de máquinas herramienta. Su producción cubre casi completamente la producción del sector en la zona, y representa el 36% del total mundial.



Fundada en 1950, CECIMO es reconocida como el representante del interés y los valores comunes de la industria europea de las máquinas herramienta. CECIMO es la plataforma para identificar y promover iniciativas estratégicas clave para mejorar la competitividad y el liderazgo de la industria europea de máquinas herramienta.

## EMO MILANO 2021: LA FOTOGRAFÍA DEL EVENTO

Milán vuelve a ser la sede de EMO, la principal feria mundial de máquinas herramienta para los operadores de la industria manufacturera global. Y lo hace de la mejor manera posible, teniendo en cuenta el contexto de la emergencia sanitaria que se ha desarrollado en el último año y medio, y que afecta a todos los países por igual.

A pesar de la pandemia, **el evento se presenta a su público con una amplia oferta internacional** que representa **todas las tecnologías que componen el mundo de la** metalurgia, con la presencia de **todos los principales actores de los distintos sectores**, y con **numerosos eventos e iniciativas** complementarios destinados a realzar la presencia de quienes participarán en la cita mundial.

Unas **700 empresas**, que representan a **33 países**, serán las protagonistas de EMO MILANO 2021. La confirmación de la internacionalidad del evento, a pesar de las restricciones a la movilidad y el bloqueo de la entrada a ciertos países, es ante todo la presencia de **expositores extranjeros, que representan alrededor del 60% del total**,

En particular, se presenta la oferta de: Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Bulgaria, China, Corea del Sur, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Hong Kong, Hungría, India, Israel, Italia, Japón, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rusia, Suecia, Suiza, Taiwán y Turquía.

Entre ellos, Italia, Alemania, Taiwán, Suiza, España, Japón, Francia, Corea del Sur y Estados Unidos están especialmente bien representados.

Todo el espectro de la producción -desde la deformación hasta el corte, desde la robótica hasta la automatización, desde las herramientas hasta los accesorios auxiliares, desde la mecatrónica hasta las tecnologías aditivas- se presenta en los **6 pabellones** totalmente equipados del recinto ferial de fieramilano Rho en más de **100.000 metros cuadrados** de superficie total de exposición.

En el centro de atención se encuentran **más de 3.500 máquinas, con un valor de más de 500 millones de euros**, entre máquinas herramienta, sistemas de producción, robots y sistemas de automatización industrial, todos ellos en movimiento, que ilustran las innovaciones tecnológicas que determinarán el futuro de la fabricación y los métodos de trabajo en las plantas de producción.

Además de las máquinas, habrá una interesante y amplia muestra de software, tecnologías relacionadas con la **Industria 4.0** y la **fabricación aditiva**, que representan una parte cada vez más importante de la oferta de los fabricantes de sistemas de producción. La creciente presencia de la **dimensión digital, la automatización y la inteligencia artificial** estará representada no solo en las máquinas de los stands, sino también en los numerosos encuentros técnicos de profundización dirigidos por los expositores y los organizadores del evento. Por eso podemos afirmar que **EMO MILANO 2021 será la mayor fábrica digital instalada dentro de un recinto ferial**.

### **EMO DIGITAL - PABELLÓN 7**

**EMO Digital es el espacio de exposición dedicado a las tecnologías digitales** donde se encuentran los principales actores del mundo del software, las TIC, los sensores y, en general, las tecnologías para la conectividad capaces de permitir la transformación 4.0 de la fábrica. Las protagonistas del área son las soluciones y tecnologías de última generación, cada vez más imprescindibles para los fabricantes.

Emo Digital, gracias a la presencia de importantes representantes del mundo de la investigación y la innovación, también vinculados al mundo académico, ofrece una amplia visión de lo que será **el futuro de la fabricación en temas como la inteligencia artificial, los gemelos digitales, y los sistemas inteligentes de asistencia remota o presencial**. La exposición se completa con numerosos **encuentros de profundización** dedicados al tema que se llevarán a cabo en el área Speakers Corner.

### **EMO ADDITIVE MANUFACTURING - PABELLÓN 7**

La fabricación aditiva, que utiliza “máquinas herramienta del tercer tipo”, ahora constituye una parte integral del mundo de la metalurgia. La representación de esta industria se encomienda a los principales actores del sector, todos los cuales estarán presentes en EMO MILANO 2021, y a un número cada vez mayor de fabricantes de máquinas herramienta y de sistemas de producción “tradicionales” que desarrollan soluciones aditivas para completar e integrar su oferta. La indudablemente amplia oferta de tecnologías aditivas se completa con el espacio de AITA-ASSOCIAZIONE ITALIANA TECNOLOGIE ADDITIVE (Asociación Italiana de Tecnologías Aditivas), en colaboración con CECIMO, que, además de una rica muestra de objetos realizados con la fabricación aditiva, ofrece debates de profundización y ponencias de los principales protagonistas del sector, tanto industriales como académicos/RTD.

### **EMO START-UP - PABELLÓN 7**

Promovida por la Agencia ICE, EMO START-UP es un espacio para las nuevas empresas dedicadas al desarrollo de productos y proyectos relacionados con el mundo de la metalurgia, activando así un campo de comparación entre modelos industriales consolidados y nuevas visiones empresariales. Se contará con la presencia de empresas cuyo espíritu emprendedor y fuerte propensión a la innovación complementan perfectamente las actividades de los fabricantes presentes: start-ups innovadoras, scale-ups, centros de innovación, parques científicos y tecnológicos, incubadoras, aceleradoras y habilitadores.

## LOS EVENTOS INSTITUCIONALES

EMO MILANO 2021 se enriquece con una amplia agenda de eventos institucionales de profundización cultural. Se comienza con la **Ceremonia Inaugural**

### CEREMONIA INAUGURAL

**LUNES 4 DE OCTUBRE A LAS 10.30, SPEAKERS CORNER, PAD 5, B/44 – D/31**

El evento contará con una lectio magistralis a cargo del profesor **Giorgio Metta**, director científico del IIT, el Instituto Italiano de Tecnología de Génova, cuyo objetivo es promover la excelencia en la investigación básica y aplicada, y fomentar el desarrollo del sistema económico nacional.

La presentación del profesor Giorgio Metta se centrará en temas relacionados con la automatización, la robótica y la inteligencia artificial, y en cómo pueden afectar al futuro de la fabricación, así como a otros ámbitos de la vida cotidiana.

Le seguirán las participaciones de: Luigi Galdabini, Comisario General de EMO MILANO 2021, Hans-Martin Schneeberger, Presidente de CECIMO, Enrico Pazzali, Presidente de Fondazione Fiera Milano, Barbara Colombo, Presidenta de UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE, Luigi Di Maio, Ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional (contribución en vídeo), Gilberto Pichetto Fratin, Viceministro de Desarrollo Económico, encargado de las políticas industriales, las pequeñas y medianas empresas, el Made in Italy y el Comercio.

### CONFERENCIA DE PRENSA PARA PRESENTAR EMO MILANO 2021,

**LUNES 4 DE OCTUBRE, A LAS 15.00, SPEAKERS CORNER**

Organizada por UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE en colaboración con CECIMO, la conferencia de prensa dedicada a la presentación de la feria mundial y los datos del sector contará con la participación de Luigi Galdabini, Comisario General, Hans-Martin Schneeberger, Presidente de CECIMO, Marcus Burton, Presidente del Comité Económico CECIMO, y Barbara Colombo, Presidenta de UCIMU.

### LA NUEVA MARCA UCIMU,

**MIÉRCOLES 6 DE OCTUBRE A LAS 15:30, SPEAKERS CORNER**

La Marca UCIMU, el histórico signo distintivo que identifica la excelencia de la fabricación italiana en el sector, se renueva y se presenta al público en la feria mundial de máquinas herramienta. En el evento se presentarán características, nuevas directrices y programas de intervención, con la participación de: Barbara Colombo, Presidenta de UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE, Massimo Carboniero, coordinador del Comité de la Marca UCIMU, Domenico Appendino, Prima Industrie, empresa concesionaria de la Marca UCIMU, Federico Pasqui, ICIM.

### CECIMO INTERNATIONAL CONFERENCE ON ADDITIVE MANUFACTURING,

**JUEVES 7 DE OCTUBRE A LAS 11:50, SPEAKERS CORNER.**

Organizada por CECIMO, la conferencia se centrará en los últimos avances de la fabricación aditiva. La evolución de las tecnologías digitales ha cambiado radicalmente el funcionamiento de las plantas de producción.

Las fábricas están cada vez más interconectadas y se pide a los fabricantes que mejoren constantemente su rendimiento en términos de velocidad, calidad y flexibilidad de procesamiento

y de los procesos asegurados. Las tecnologías de fabricación aditiva desempeñan un papel estratégico en esta nueva “era de la fabricación”.

En este sentido, la conferencia examinará de qué manera las nuevas soluciones híbridas pueden combinar la fabricación aditiva con los métodos de producción tradicionales y lograr excelentes resultados en términos de calidad, flexibilidad y niveles de productividad.

### **ROBOÉTICA. ¿SIGUE EL HOMBRE EN EL CENTRO DE LA INNOVACIÓN?**

**JUEVES 7 DE OCTUBRE A LAS 15:00, SPEAKERS CORNER.**

Organizado por SIRI, la asociación italiana de robótica y automatización, y promovido por FONDAZIONE UCIMU y Publitec, el encuentro pretende analizar la relación entre el ser humano y la innovación en la era de la difusión de la robótica y la inteligencia artificial, cada vez más presentes en todos los ámbitos de la vida cotidiana. La conferencia también presentará datos actualizados sobre el sector tanto a nivel nacional como mundial.

### **PREMIOS UCIMU**

**SÁBADO 9 DE OCTUBRE, A LAS 14:30 SPEAKERS CORNER**

Promovida por FONDAZIONE UCIMU, la iniciativa de los PREMIOS UCIMU, en su 45ª edición, es uno de los proyectos más antiguos promovidos por la asociación y, sin duda, uno de los más ricos en términos de contenido y significado. UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE siempre ha estado a la vanguardia en el reconocimiento y aprovechamiento del inmenso potencial que tienen los jóvenes para crear innovación. En concreto, los PREMIOS UCIMU destacan las tesis de máster o licenciatura sobre temas de interés para el sector de las máquinas herramienta y la fabricación mecánica, con especial énfasis en las realizadas en las empresas asociadas. Participan: **Barbara Colombo**, Presidenta de UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE y **Alfredo Mariotti**, Director General de UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE.

### **PREMIACIÓN MAESTRO DE LA MECÁNICA**

**SÁBADO 9 DE OCTUBRE, a las 12:00 Speakers Corner**

Ceremonia de entrega de los premios MAESTRO DE LA MECÁNICA edición 2021. Maestro de la Mecánica es una iniciativa destinada a premiar a quienes han contribuido y siguen contribuyendo a la evolución de la industria mecánica italiana con: descubrimientos, inventos, soluciones de productos y de proceso, desarrollo de maquinaria y racionalización de la organización empresarial, sistemas de seguridad de los trabajadores y respeto al medio ambiente. Creado por FONDAZIONE UCIMU en 2010, el premio se concede anualmente desde su primera edición, con el prestigioso reconocimiento del Presidente de la República Italiana, que concedió al Maestro della Meccanica la medalla de reconocimiento por el valor y el contenido de la iniciativa.

La iniciativa está promovida por UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE y organizada con el apoyo de Technologie Meccaniche.

Participan: **Barbara Colombo**, Presidenta de UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE y **Alfredo Mariotti**, Director General de UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE.



## SPEAKERS CORNER

La gran novedad de la edición 2021 de EMO MILANO es Speakers Corner, un proyecto con el que el evento combina la dimensión expositiva con la de profundización cultural temática, gracias al rico programa de eventos colaterales que lo acompañan a lo largo de su duración.

Un espacio preparado en uno de los pabellones de la feria, el **Speakers Corner** (pabellón 5 B44-D31), acogerá encuentros dirigidos por expertos, organizadores y expositores. Estos últimos tendrán así la oportunidad de presentar sus novedades fuera de su propio stand.

**En el calendario están previstos más de 80 encuentros, organizados por temas** para reflejar la gama de productos que se ofrecen en la exposición: máquinas herramienta, robótica, tecnologías aditivas, metrología y calidad, TIC y tecnologías digitales, herramientas, componentes y tecnologías facilitadoras, consultoría y start-ups.

La participación en los eventos es libre y gratuita y, para llegar a un público aún más amplio que el que asiste a la feria, todos los encuentros se retransmitirán en directo en streaming gracias al servicio live activado en el sitio web [emo-milano.com](http://emo-milano.com)

La iniciativa está promovida por FONDAZIONE UCIMU y patrocinada por Technologie Meccaniche.

# CALENDARIO SPEAKERS CORNER

| PAD/HALL 5 area/booth B/44-D/31 |                                                                                                                | legenda                                                                                                         |                                                                                                               | MACCHINE UTENSILI<br>MACHINE TOOLS                                                                    |                                                                                          | ROBOTICA<br>ROBOTICS                                                                    |  | TECNOLOGIE ADDITIVE<br>ADDITIVE MANUFACTURING |  | TECNOLOGIE ICT E DIGITALI<br>ICT AND DIGITAL TECHNOLOGIES |  | UTENSILERIA<br>TOOLING |  | COMPONENTISTICA E<br>TECNOLOGIE ABILITANTI<br>ENABLING TECHNOLOGIES |  | CONSULTING E STARTUP<br>CONSULTING AND STARTUP |  |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------|--|------------------------|--|---------------------------------------------------------------------|--|------------------------------------------------|--|
| ORE<br>Hours                    | 4<br>LUNEDÌ<br>Monday                                                                                          | 5<br>MARTEDÌ<br>Tuesday                                                                                         | 6<br>MERCOLEDÌ<br>Wednesday                                                                                   | 7<br>GIOVEDÌ<br>Thursday                                                                              | 8<br>VENERDÌ<br>Friday                                                                   | 9<br>SABATO<br>Saturday                                                                 |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 10.30                           |                                                                                                                | SIEMENS<br>Industrial Multi-Axis Additive<br>Manufacturing                                                      | TAIWAN TRADE CENTER<br>"Beyond Smart"<br>Taiwan Excellence Smart Manufacturing Webinar                        | REINSHAW<br>La metrologia applicata al controllo di<br>processo, guidata sempre più necessaria        | REDEX<br>BSPX machine drive frame extension                                              | BFT BURZONI<br>L'utente è importante ma<br>l'applicazione è fondamentale                |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 10.50                           |                                                                                                                | MARPOSS<br>Dati da valore alla misura                                                                           | VOLLMER<br>Laser machining & Vollmer<br>precision meets innovation                                            | CECIMO<br>fiorentiniano<br>12-15 OTTOBRE 2022                                                         | SCHAEFFLER<br>Smart Solution for machine tool industry                                   | ARGOR-ALBA<br>Investimenti da 10.000                                                    |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 11.10                           |                                                                                                                | ALEANTIA<br>Convegni P&P e Cloud, IoT, edge,<br>computing, analytics & AI                                       | SINTER SUD<br>General purpose grade—high performance grade                                                    |                                                                                                       | COMO NEXT<br>Digital Re-new                                                              | AZ<br>Soluzioni di edilizia per pareti di allargamento<br>di pareti e grandi dimensioni |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 11.30                           | CERIMONIA INAUGURALE                                                                                           | TEAM VIEWER<br>Fabbrica digitale, valore della chiave della<br>manifattura predittiva                           | GERARDI<br>Matrice e matrice: l'evoluzione della<br>modularità applicata                                      |                                                                                                       | XPILO<br>Come aumentare i ricavi con una strategia post-vendita digitale                 |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 11.50                           |                                                                                                                | RETURNER/ORCHESTRA<br>SMART-SP4.1: NC una nuova armonia<br>per industria 4.0                                    | ALGRA<br>V5.1.0                                                                                               |                                                                                                       | NKE<br>La convergenza tra design e manufacturing                                         |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 12.10                           |                                                                                                                | BARS<br>Soluzioni di realtà aumentata a risposta dei processi<br>di assemblaggio, manutenzione e servizi rapidi | REGOFIX<br>Alta qualità dei prodotti Rego-fix                                                                 |                                                                                                       | WEL<br>Le convergenze tra design e manufacturing                                         |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 12.30                           |                                                                                                                | AUTODESK<br>Digital Transformation                                                                              | SAU<br>Mini machining world                                                                                   |                                                                                                       |                                                                                          |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 12.50                           |                                                                                                                | COMAT<br>Believes in superior filtration                                                                        | NUI UTENSILI EUROPA<br>Focalizza ad alti standard su superfici curve                                          |                                                                                                       |                                                                                          |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 13.10                           |                                                                                                                | MIND-SPHERE WORLD<br>Perché il tuo smartphone è Android o iOS?                                                  | VBN COMPONENTS<br>Redefining wear resistance by 3D printing<br>on extremely hard metal                        |                                                                                                       |                                                                                          |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 13.30                           |                                                                                                                | RAFI GROUP<br>KIS ME keeps it simple—manage everything                                                          | +CIM4.0<br>L'ecosistema che supporta le imprese italiane<br>nel processo di digitalizzazione e di innovazione |                                                                                                       |                                                                                          |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 13.50                           | SIEMENS<br>SINUMERIK ONE - the first digital native CNC                                                        | MELCHIONI<br>Digitalized Intelligent Automation                                                                 |                                                                                                               |                                                                                                       |                                                                                          |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 14.10                           | FANUC<br>How to increase efficiency on manufacturing?                                                          | ROSA ERMANDO<br>Presentazione nuova linea robotica a portale                                                    | REINSHAW<br>Stampa 3D in produzione<br>come attore e il processo del beneficio                                | ACUBEZ<br>Modular Automation made easy                                                                |                                                                                          |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 14.30                           | DVS TECHNOLOGY GROUP<br>"Future mobility maker" enabling the future                                            | BUFFALO MACHINERY<br>Digitalized Intelligent Automation                                                         | INDEX<br>Advanced AI-based in-process monitoring and feedback<br>System to enhance part                       | PRO-MICRON<br>Ultimate precision and quality control with 100%<br>workpiece quality control with 100% | APPLYCA<br>Automazione industriale e soluzioni laser                                     |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 14.50                           |                                                                                                                | FILL<br>State-of-art machining solution for automotive<br>light-weight parts                                    | SCHNEEBERGER-A. MANNESMANN<br>Management Assistant                                                            | HAIRBUCH<br>Controlix AC - automated change-over of complete<br>clamping device                       | BIAX<br>Automazione del turning with robots                                              |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 15.10                           |                                                                                                                | CFT RIZZARDI<br>Chiffre technologies                                                                            | PROTEC<br>Innovative P&U (P&U) cutting systems                                                                |                                                                                                       | KERN MICROTECHNIK<br>Kern Micro HD                                                       |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 15.30                           |                                                                                                                | EASTRISSE INNOVATION<br>Enabling innovation with Le Macchine di Luca                                            |                                                                                                               |                                                                                                       | INNOVALIA METROLOGY<br>MIMIK, on-machine probing software, 3 axis metrology.             |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 15.50                           |                                                                                                                | COSEMA TRADING<br>La filiazione del tuo design                                                                  | PRESIDENTAZIONE<br>MARCHIO UCIMU                                                                              | SIRI<br>Associazione Italiana<br>di Robotica e Automazione                                            | THK<br>Linear Technology for Machine Tools                                               |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 16.10                           | JUKI<br>Hybrid inspection & metrology system                                                                   | J. SCHNEEBERGER MASCHINEN AG<br>Ritrovare la qualità e l'intelligenza                                           | WENZEL<br>Gear measurement with WAMGear                                                                       |                                                                                                       | MONZESI<br>Una nuova frontiera nella rettificazione, Meccanica 3D                        |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 16.30                           | MYWAI<br>The Mywaip® platform, allowing artificial intelligence<br>at the edge for smart equipment maintenance | OPA INNOVA<br>La sfida di automatizzare la finitura superficiale:<br>la risposta dell'elaborazione a secco      |                                                                                                               |                                                                                                       | ALBERTI UMBERTO<br>Spline optimization solution with alternative lubrication system      |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
| 16.50                           | CEMECON<br>12 µm coatings with vapors                                                                          | OML<br>Soluzioni di lavorazione per macchine stampanti                                                          | GIAN<br>How to understand complex services -<br>Let's ready with ID-Link                                      | SIRI<br>Associazione Italiana<br>di Robotica e Automazione                                            | NAKAMURA-TOME<br>Introduction of breakthrough products and features                      |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
|                                 |                                                                                                                |                                                                                                                 |                                                                                                               |                                                                                                       | MATE<br>Designed for machine tool maintenance,<br>the S2/S6 Precision Workholding System |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |
|                                 |                                                                                                                |                                                                                                                 |                                                                                                               |                                                                                                       |                                                                                          |                                                                                         |  |                                               |  |                                                           |  |                        |  |                                                                     |  |                                                |  |

## EMO MILANO 2021 Y LOS JÓVENES – PABELLÓN 4

Con UCIMU Academy, se renueva también para esta edición de la feria mundial la cita dedicada a los jóvenes a los que se invita a visitar EMO MILANO 2021 a través de un programa de visitas guiadas que tendrá lugar del martes 5 de octubre al viernes 8 de octubre.



La iniciativa, promovida por Fondazione UCIMU, PROBEST SERVICE y ECOLE, está dirigida a clases de estudiantes de institutos técnicos superiores, escuelas superiores de tecnología, escuelas de formación profesional, centros de formación profesional e ITS.

Los jóvenes, todos mayores de 15 años, estarán acompañados por un profesor y un tutor de UCIMU Academy que, tras una breve presentación del escenario, les llevará a recorrer los stands de las empresas expositoras que participan en el proyecto, para que puedan conocer de cerca todas las tecnologías y novedades que caracterizan la producción del sector.

Paralelamente a esta iniciativa, desde el martes 5 hasta el viernes 8 de octubre, habrá visitas gratuitas, con profesores acompañantes, de las clases de secundaria que se hayan inscrito en el sitio web del evento antes de su inicio.

## MARCA UCIMU – PABELLÓN 3

EMO MILANO 2021 será la oportunidad para presentar la **nueva Marca UCIMU**, el signo distintivo que identifica a las empresas capaces de demostrar, a través de exámenes profundos y severos, la eficiencia y la organización técnica, tecnológica y comercial conformes a las normas ISO 9001.

Frente a su larga tradición, la **Marca UCIMU se renueva haciendo hincapié en el enfoque ESG (Environment, Social, Governance)**, cada vez más imprescindibles para quienes operan en el mundo industrial.



Por ello, las empresas titulares de la Marca UCIMU tienen como objetivo situar la sostenibilidad ambiental, social y económica en el centro de sus operaciones.

El contenido del **Manifiesto de la Nueva Marca UCIMU** se adelantará a las empresas concesionarias de la Marca, a los invitados y a la prensa durante el encuentro dedicado a la **Nueva Marca UCIMU, el miércoles 6 de octubre, a las 15.30 horas, en el área Speakers Corner**. Los detalles y la información estarán disponibles en el stand de la Marca UCIMU.

## LA COMUNICACIÓN Y LA PROMOCIÓN

### INICIATIVAS EN COLABORACIÓN CON LA AGENCIA ICE

Conferencias de prensa en línea, promoción en las principales publicaciones internacionales de referencia para el sector, eventos dedicados a analizar en profundidad temas de interés para los operadores del sector, invitaciones a delegaciones extranjeras que podrán asistir presencialmente a EMO MILANO 2021, a pesar de las numerosas limitaciones que todavía afectan a la movilidad en algunos países del mundo: estas son solo algunas de las actividades llevadas a cabo por los organizadores de EMO MILANO 2021, también gracias al apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores y Cooperación Internacional (MAECI) y de la Agencia ICE, que para esta edición de la feria mundial ha apoyado también la participación de start-ups.

En total, unos **30 operadores participarán** en estas iniciativas, concebidas para fomentar el contacto directo entre fabricantes y usuarios titulados en algunos de los países -tradicionales o emergentes- más interesados en invertir en sistemas de producción: Alemania, Bosnia Herzegovina, Croacia, Eslovenia, Estados Unidos, Francia, Polonia y Turquía.

Además de las delegaciones oficiales de usuarios que visitan el evento invitadas en el marco de la iniciativa organizada por UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE en colaboración con la Agencia ICE y el Ministerio de Relaciones Exteriores y Cooperación Internacional (MAECI) y de la Agencia ICE, también hay varias delegaciones autónomas.

### ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN PARA LOS EXPOSITORES

El EMOteam, con el apoyo de los profesionales de la comunicación implicados en cada proyecto, desarrolló un programa de promoción específico que utilizó todas las herramientas principales, tanto tradicionales como de nuevos medios, para un programa de comunicación completo y articulado.

De la prensa escrita a la radio, de la televisión a los nuevos medios de comunicación, el gabinete de prensa de EMO MILANO 2021 mantiene una relación constante con los principales medios internacionales de información general y especializada a los que dirige comunicados de prensa, notas, análisis en profundidad y material ad hoc en función de las necesidades individuales. El objetivo de esta actividad es comunicar las características y los contenidos del evento mundial, adelantando indicaciones y sugerencias sobre lo que se podrá ver en fieramilano durante los seis días de la exposición, también a través de las numerosas entrevistas con los expositores subidas al sitio web y difundidas a través de las redes sociales en los meses previos al evento.

Por otro lado, el sitio web **emo-milano.com** es el primer punto de acceso a los contenidos dedicados al evento, pero también una plataforma para la promoción de las empresas expositoras que, además de entrevistas, han podido colgar banners promocionales, vídeos y novedades tecnológicas.

Entre las iniciativas activadas (todas ellas bien detalladas en el sitio web), cabe destacar el tradicional diario EMO DAY BY DAY, acompañado por TG, que, diariamente, documenta los hechos y las noticias relacionadas con EMO MILANO 2021 y sus expositores. La realización se encomendó a DB Information en colaboración con las estructuras operativas de UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE.

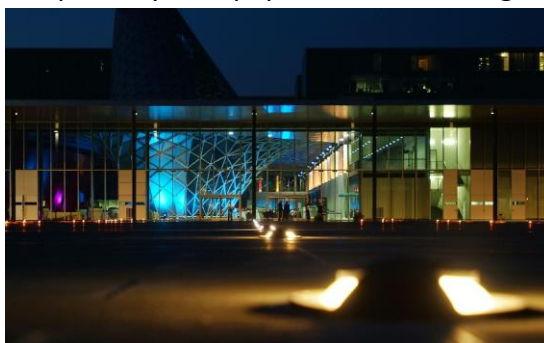
## EMOTEAM

La EMO se celebró por primera vez en Italia en 1979, y después en 1987, 1995, 2003, 2009 y 2015. A la edición de 2021 le seguirá la de 2027, ya programada por CECIMO.

En este evento trabaja un equipo experimentado que, además de las seis ediciones anteriores de la “feria mundial” en Italia, se encarga de la preparación del evento más importante de los “años pares”: la BI-MU, de hace décadas. Competencia y dinamismo son los rasgos distintivos que permiten al EMOTeam asistir a expositores, visitantes, periodistas y a todos aquellos que formarán parte de EMO MILANO 2021, ofreciendo un evento a la altura de las expectativas.

## FIERAMILANO INSTALACIONES Y SERVICIOS A POCOS PASOS DE TODO

Las dimensiones récord, el total aprovechamiento de los espacios y el equipamiento tecnológico de última generación son los rasgos distintivos del centro de exposiciones milanés, situado en una posición estratégica. De hecho, los aeropuertos de Malpensa, Linate y Bérgamo están situados en las inmediaciones, y, durante las ferias internacionales, operan vuelos especiales desde las principales capitales, no solo de Europa.



El tren de alta velocidad, con parada directa en el interior del recinto ferial, garantiza viajes rápidos por las principales rutas ferroviarias nacionales. La conexión con la línea de metro M1, cuya parada se encuentra en Porta Est, garantiza traslados rápidos hacia y desde el centro de Milán.

El sistema de autopistas y carreteras de circunvalación que rodean el recinto ferial hace que los desplazamientos en coche sean fáciles y directos. Más de 20.000 plazas de aparcamiento están a disposición de los operadores en los aparcamientos del centro de exposiciones fieramilano Rho.

## MILÁN, METRÓPOLIS Y CIUDAD DE ARTE Y CULTURA

Probablemente ninguna otra ciudad del mundo ha conseguido rediseñar su horizonte y redefinir su perfil en tan poco tiempo, presentándose a los ojos de sus habitantes y turistas como un centro nuevo y en constante evolución.

Desde 2015, Milán no ha dejado de crecer, no solo en altura, y ni siquiera la emergencia sanitaria ha interrumpido este proceso. En 2020, de hecho, la ciudad experimentó un gran número de intervenciones, no solo de carácter urbano. Los monumentos, las atracciones turísticas y los lugares de encuentro fueron objeto de importantes obras de restauración y modernización.



Milán es hermosa y única y lo será aún más con motivo de EMO MILANO 2021. Los visitantes no tienen más remedio que descubrir los rincones de la ciudad que el gran Ernest Hemingway, en una carta a su madre, describió como “la ciudad más moderna y animada de Europa”.



## EMO MILANO 2021 Y LA CULTURA ITALIANA

La edición italiana de EMO siempre ha tenido un encanto especial, y los operadores que planifican su estancia en la feria son conscientes de ello: una amplia y variada oferta en exposición que cubre toda la gama sectorial, servicios eficientes, personal profesional y atento, como es el estilo del país anfitrión... pero eso no es todo, el EMOTeam está trabajando para enriquecer la experiencia de expositores y visitantes para que la participación en EMO MILANO 2021 sea también recordada por todos aquellos aspectos en los que Italia es reconocida como única y extraordinaria, empezando por la cultura y el “buen vivir”, y, por lo tanto, el arte y la música.

### EMOTION 2021: Divertissement on the music of the five continents

EMOTION 2021, Divertissement on the music of the five continents es la colección de música creada para celebrar EMO MILANO.

La colección ofrece, a través de sus 10 temas, un viaje ideal alrededor del mundo a través de los cinco continentes que siempre han estado ampliamente representados por los expositores y visitantes de EMO. El viaje comienza en Italia, continúa en Oceanía y, pasando por Japón, llega a América antes de desembarcar en África y “volver a entrar” en Europa, tocando Francia y Alemania, las últimas paradas antes del regreso final a nuestro país.

La colección, fruto de un cuidadoso y preciso trabajo de investigación realizado por el profesor Mario Mariotti, presenta una serie de temas conocidos e inmediatamente reconocibles, reinterpretados en estilo jazz, con trompeta, teclados y algunas “incursiones” de electrónica y clarinetes por los músicos Mario Mariotti, Ermanno Librasi y Roberto Olzer.

Promovida por FONDAZIONE UCIMU y realizada por EFIM-ENTE FIERE ITALIANE MACCHINE, EMOTION pretende demostrar a través del lenguaje universal por excelencia, la música, el gran valor de EMO, es decir, su internacionalidad y su poder de unión.



# LA TECNOLOGÍA EN EMO MILANO 2021: LOS SECTORES REPRESENTADOS

## **PABELLÓN 1/3**

Tornos  
Taladros y perforadoras  
Mandriles  
Fresadoras  
Centros de trabajo  
Rectificadoras  
Cepilladoras, alisadoras y pulidoras  
Máquinas de desbarbado  
Máquinas de electroerosión y procesos electroquímicos  
Sistemas, equipos y componentes para herramientas  
Sistemas de sujeción de piezas  
Piezas, componentes y accesorios  
Equipos eléctricos y electrónicos para máquinas herramienta  
Servicios de producción y para empresas

## **PABELLÓN 2/4**

Tornos  
Taladros y perforadoras  
Centros de trabajo  
Máquinas de transferencia y unidades de trabajo  
Afiladores de herramientas  
Máquinas de mecanizado de ruedas dentadas  
Herramientas  
Sistemas, equipos y componentes para herramientas  
Ajuste y equilibrado de herramientas  
Sistemas de sujeción de piezas  
Piezas, componentes y accesorios  
Servicios de producción y para empresas

## **PABELLÓN 5/7**

Tornos  
Centros de trabajo  
Sierras y tronzadoras  
Máquinas de desbarbado  
Máquinas de corte y deformación de chapa  
Prensas  
Máquinas para procesar barras, perfiles y tubos  
Máquinas de forja y extrusión  
Máquinas de marcado y grabado  
Máquinas y sistemas de fabricación aditiva  
Máquinas y equipos de soldadura y oxicorte  
Máquinas y sistemas de tratamiento térmico  
Máquinas y sistemas de tratamiento de superficies  
Equipos eléctricos y electrónicos para máquinas herramienta  
Controles y accionamientos  
Lubricación y refrigeración  
Seguridad y medio ambiente, Sistemas de eliminación  
Software  
Soluciones informáticas para la interconexión, el IdC y la Industria 4.0  
Automatización, manipulación de piezas y herramientas  
Robots industriales  
Dispositivos y máquinas de medición y control  
Servicios de producción y para empresas

## **TARJETA DE IDENTIFICACIÓN DEL EVENTO**

### **Información general**

#### **Nombre**

EMO MILANO 2021, THE MAGIC WORLD OF METALWORKING

#### **Organizaciones patrocinadoras**

**CECIMO**, ASOCIACIÓN EUROPEA DE INDUSTRIAS DE MÁQUINAS HERRAMIENTA

#### **FONDAZIONE UCIMU**

viale Fulvio Testi 128 - 20092 Cinisello Balsamo MI, Italia

#### **Organizador**

EFIM-ENTE FIERE ITALIANE MACCHINE

#### **Sede**

fieramilano Rho

Ingreso por puertas Est Tim, Ovest, Sud Tim

Periodo de realización: Del lunes 4 al sábado 9 de octubre de 2021

Horario: de 9.30 a 18.00

#### **Ingreso**

Se encuentra habilitada la preventa obligatoria en línea ([www.emo-milano.com](http://www.emo-milano.com)) de la tarjeta de un día por 25,00 euros (una entrada por día) y de la tarjeta permanente válida para todo el periodo de la feria por 50,00 euros. Las tarjetas Golden Card ofrecen interesantes facilidades para la estancia de los operadores en Milán. La lista de establecimientos con convenio está disponible en el sitio web golden card.

[www.golden-card.it](http://www.golden-card.it)

#### **Catálogo**

Disponible dentro del ámbito del evento. El catálogo digital EMO MILANO 2021 SMART CATALOG puede consultarse directamente en el sitio web [emo-milano.com](http://emo-milano.com). Unos días antes del evento también estará disponible en versión App. La aplicación, de descarga gratuita, puede utilizarse en todos los dispositivos móviles y facilitará la visita a los operadores presentes en la feria.

#### **Para obtener más información**

[www.emo-milano.com](http://www.emo-milano.com)



## LA INDUSTRIA MUNDIAL DE LAS MÁQUINAS HERRAMIENTA

### LA EVOLUCIÓN EN 2020

Para analizar la evolución de la industria mundial de las máquinas herramienta, UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE se basa en la información facilitada por las asociaciones nacionales, en los rankings internacionales del sector elaborados por Gardner Publications y en los datos oficiales del comercio exterior. Para casi todos los países considerados, se dispone de estimaciones de la producción local: en muy pocos casos, en las tablas mundiales, la producción se indica como "cero"; por la misma razón, la cifra de consumo indicada coincide con la de las importaciones netas, ya que no es posible cuantificar el valor de las entregas de los fabricantes locales en el mercado nacional.

En 2020, la producción mundial de máquinas herramienta se desplomó un -19,1%, hasta los 58.700 millones de euros. En la conformación del valor total, Asia representó el 55%, Europa el 35,5% y América el 9,3%.

| PRINCIPALI PAESI PRODUTTORI DI MACCHINE UTENSILI (milioni di euro, variazioni, quote)<br>MAJOR MACHINE TOOLS MANUFACTURING COUNTRIES (million euros, changes, shares) |                               |               |               |               |               |                                    |                                    |                           |                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------|---------------------------|
|                                                                                                                                                                       | milioni di euro/million euros |               |               |               |               | variazione<br>2019/<br>2019 change | variazione<br>2020/<br>2020 change | quota 2019/<br>2019 share | quota 2020/<br>2020 share |
|                                                                                                                                                                       | 2016                          | 2017          | 2018          | 2019          | 2020          |                                    |                                    |                           |                           |
| 1. CINA/CHINA                                                                                                                                                         | 21.101                        | 21.705        | 19.865        | 17.347        | 16.950        | -12,7%                             | -2,3%                              | 23,9%                     | 28,9%                     |
| 2. GERMANIA/GERMANY                                                                                                                                                   | 11.112                        | 11.810        | 12.571        | 12.641        | 8.660         | 0,6%                               | -31,5%                             | 17,4%                     | 14,8%                     |
| 3. GIAPPONE/JAPAN                                                                                                                                                     | 10.026                        | 10.503        | 11.271        | 10.783        | 8.218         | -4,3%                              | -23,8%                             | 14,9%                     | 14,0%                     |
| 4. ITALIA/ITALY                                                                                                                                                       | 5.018                         | 5.491         | 6.125         | 5.890         | 4.677         | -3,8%                              | -20,6%                             | 8,1%                      | 8,0%                      |
| 5. STATI UNITI/UNITED STATES                                                                                                                                          | 4.681                         | 5.170         | 5.267         | 5.087         | 4.566         | -3,4%                              | -10,2%                             | 7,0%                      | 7,8%                      |
| 6. COREA SUD/SOUTH KOREA                                                                                                                                              | 4.171                         | 4.426         | 4.359         | 4.123         | 3.477         | -5,4%                              | -15,7%                             | 5,7%                      | 5,9%                      |
| 7. TAIWAN                                                                                                                                                             | 3.355                         | 3.797         | 3.985         | 3.530         | 2.509         | -11,4%                             | -28,9%                             | 4,9%                      | 4,3%                      |
| 8. SVIZZERA/SWITZERLAND                                                                                                                                               | 2.637                         | 2.912         | 3.355         | 2.867         | 2.038         | -14,5%                             | -28,9%                             | 4,0%                      | 3,5%                      |
| 9. AUSTRIA                                                                                                                                                            | 827                           | 930           | 1.051         | 1.068         | 895           | 1,6%                               | -16,2%                             | 1,5%                      | 1,5%                      |
| 10. SPAGNA/SPAIN                                                                                                                                                      | 941                           | 1.128         | 1.143         | 1.049         | 831           | -8,2%                              | -20,8%                             | 1,4%                      | 1,4%                      |
| 11. INDIA                                                                                                                                                             | 703                           | 885           | 1.178         | 1.045         | 584           | -11,3%                             | -44,1%                             | 1,4%                      | 1,0%                      |
| 12. RUSSIA                                                                                                                                                            | 389                           | 516           | 520           | 574           | 574           | 10,3%                              | 0,1%                               | 0,8%                      | 1,0%                      |
| 13. FRANCIA/FRANCE                                                                                                                                                    | 732                           | 736           | 739           | 750           | 500           | 1,5%                               | -33,3%                             | 1,0%                      | 0,9%                      |
| 14. TURCHIA/TURKEY                                                                                                                                                    | 587                           | 652           | 567           | 586           | 485           | 3,4%                               | -17,2%                             | 0,8%                      | 0,8%                      |
| 15. CANADA                                                                                                                                                            | 644                           | 716           | 548           | 600           | 476           | 9,4%                               | -20,7%                             | 0,8%                      | 0,8%                      |
| 16. REGNO UNITO/UNITED KINGDOM                                                                                                                                        | 563                           | 554           | 637           | 553           | 421           | -13,3%                             | -23,8%                             | 0,8%                      | 0,7%                      |
| 17. REP. CEC/A/CZECH REP.                                                                                                                                             | 548                           | 536           | 670           | 513           | 358           | -23,4%                             | -30,2%                             | 0,7%                      | 0,6%                      |
| 18. BRASILE/BRAZIL                                                                                                                                                    | 615                           | 556           | 497           | 605           | 329           | 21,7%                              | -45,6%                             | 0,8%                      | 0,6%                      |
| 19. TAILANDIA/THAILAND                                                                                                                                                | 418                           | 508           | 596           | 505           | 278           | -15,3%                             | -45,0%                             | 0,7%                      | 0,5%                      |
| 20. PAESI BASSI/THE NETHERLANDS                                                                                                                                       | 333                           | 279           | 304           | 287           | 229           | -5,4%                              | -20,3%                             | 0,4%                      | 0,4%                      |
| 21. POLONIA/POLAND                                                                                                                                                    | 237                           | 256           | 283           | 237           | 227           | -16,2%                             | -4,1%                              | 0,3%                      | 0,4%                      |
| 22. BELGIO/BELGIUM                                                                                                                                                    | 232                           | 293           | 315           | 335           | 169           | 6,3%                               | -49,7%                             | 0,5%                      | 0,3%                      |
| 23. SVEZIA/SWEDEN                                                                                                                                                     | 151                           | 136           | 140           | 217           | 151           | 55,1%                              | -30,5%                             | 0,3%                      | 0,3%                      |
| 24. SLOVACCHIA/SLOVAKIA                                                                                                                                               | 135                           | 145           | 188           | 182           | 146           | -2,9%                              | -20,0%                             | 0,3%                      | 0,2%                      |
| 25. MALAYSIA/MALAYSIA                                                                                                                                                 | 164                           | 175           | 206           | 153           | 142           | -25,7%                             | -7,4%                              | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 26. FINLANDIA/FINLAND                                                                                                                                                 | 137                           | 156           | 162           | 135           | 115           | -16,6%                             | -14,9%                             | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 27. DANIMARCA/DENMARK                                                                                                                                                 | 65                            | 71            | 79            | 78            | 82            | -1,1%                              | 4,9%                               | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 28. MESSICO/MEXICO                                                                                                                                                    | 99                            | 116           | 133           | 115           | 79            | -13,4%                             | -31,5%                             | 0,2%                      | 0,1%                      |
| 29. SLOVENIA                                                                                                                                                          | 83                            | 97            | 66            | 62            | 78            | -6,2%                              | 26,2%                              | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 30. AUSTRALIA                                                                                                                                                         | 83                            | 125           | 180           | 106           | 72            | -41,2%                             | -31,7%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 31. ISRAELE/ISRAEL                                                                                                                                                    | 35                            | 39            | 47            | 88            | 65            | 87,6%                              | -26,7%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 32. PORTOGALLO/PORTUGAL                                                                                                                                               | 129                           | 135           | 83            | 83            | 58            | 0,2%                               | -30,3%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 33. BULGARIA                                                                                                                                                          | 43                            | 42            | 39            | 46            | 50            | 17,0%                              | 8,2%                               | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 34. UNGHERIA/HUNGARY                                                                                                                                                  | 35                            | 42            | 47            | 45            | 35            | -3,6%                              | -22,1%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 35. VIETNAM                                                                                                                                                           | 31                            | 36            | 38            | 58            | 34            | 51,8%                              | -41,2%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 36. ROMANIA                                                                                                                                                           | 37                            | 38            | 57            | 43            | 34            | -24,4%                             | -21,3%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 37. INDONESIA                                                                                                                                                         | 44                            | 99            | 34            | 33            | 29            | -3,6%                              | -11,7%                             | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 38. BIELORUSSIA/BELARUS                                                                                                                                               | 40                            | 51            | 47            | 38            | 26            | -20,2%                             | -31,1%                             | 0,1%                      | 0,0%                      |
| 39. FILIPPINE/PHILIPPINES                                                                                                                                             | 15                            | 32            | 32            | 16            | 24            | -51,3%                             | 54,2%                              | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 40. UCRAINA/UKRAINE                                                                                                                                                   | 14                            | 11            | 17            | 20            | 18            | 23,0%                              | -11,3%                             | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 41. SUD AFRICA/SOUTH AFRICA                                                                                                                                           | 23                            | 22            | 24            | 28            | 12            | 13,1%                              | -58,3%                             | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 42. NORVEGIA/NORWAY                                                                                                                                                   | 17                            | 16            | 10            | 13            | 10            | 33,7%                              | -23,7%                             | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 43. ARGENTINA                                                                                                                                                         | 7                             | 22            | 1             | 0             | 0             | -90,9%                             | 100,0%                             | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 44. EGITTO/EGYPT                                                                                                                                                      | 1                             | 0             | 0             | 0             | 0             | -                                  | -                                  | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 45. EMIRATI ARABI UNITI/UNITED ARAB EMIRATES                                                                                                                          | 0                             | 0             | 0             | 0             | 0             | -                                  | -                                  | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 46. MAROCCO/MOROCCO                                                                                                                                                   | 1                             | 1             | 0             | 0             | 0             | -                                  | -                                  | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 47. IRAN                                                                                                                                                              | 5                             | 7             | 0             | 0             | 0             | -                                  | -                                  | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 48. ALGERIA                                                                                                                                                           | 0                             | 0             | 0             | 0             | 0             | -                                  | -                                  | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 49. ARABIA SAUDITA/SAUDI ARABIA                                                                                                                                       | 9                             | 5             | 0             | 0             | 0             | -                                  | -                                  | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 50. SERBIA                                                                                                                                                            | 0                             | 0             | 0             | 0             | 0             | -                                  | -                                  | 0,0%                      | 0,0%                      |
| <b>Totale mondiale/World total</b>                                                                                                                                    | <b>71.272</b>                 | <b>75.976</b> | <b>77.473</b> | <b>72.532</b> | <b>58.709</b> | <b>-6,4%</b>                       | <b>-19,1%</b>                      |                           |                           |

Fonte/Source: elaborazione su dati Gardner, ITC, Ass.ni Nazionali/Elaboration on Gardner Publications, ITC, National Associations data

El consumo mundial disminuyó con respecto a 2019 (-19,5%) hasta los 57.400 millones de euros. El mercado asiático absorbió el 53,8% de las ventas totales, frente al 28% de Europa y el 17% de América. El uno por ciento restante procedía de otras zonas (África y Australia).

**PRINCIPALI PAESI CONSUMATORI DI MACCHINE UTENSILI (milioni di euro, variazioni, quote)**  
**MAJOR MACHINE TOOLS CONSUMING COUNTRIES (million euros, changes, shares)**

|                                              | milioni di euro/million euros |               |               |               |               | variazione<br>2019/<br>2019 change | variazione<br>2020/<br>2020 change | quota 2019/<br>2019 share | quota 2020/<br>2020 share |
|----------------------------------------------|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------|---------------------------|
|                                              | 2016                          | 2017          | 2018          | 2019          | 2020          |                                    |                                    |                           |                           |
| 1. CINA/CHINA                                | 25.186                        | 26.524        | 24.649        | 19.910        | 18.657        | -19,2%                             | -6,3%                              | 27,9%                     | 32,5%                     |
| 2. STATI UNITI/UNITED STATES                 | 6.791                         | 7.537         | 8.161         | 8.408         | 7.025         | 3,0%                               | -16,4%                             | 11,8%                     | 12,2%                     |
| 3. GERMANIA/GERMANY                          | 5.853                         | 5.949         | 6.638         | 7.111         | 4.551         | 7,1%                               | -36,0%                             | 10,0%                     | 7,9%                      |
| 4. GIAPPONE/JAPAN                            | 4.201                         | 3.957         | 4.322         | 4.572         | 3.656         | 5,8%                               | -20,0%                             | 6,4%                      | 6,4%                      |
| 5. ITALIA/ITALY                              | 3.183                         | 3.695         | 4.294         | 3.970         | 2.861         | -7,6%                              | -27,9%                             | 5,6%                      | 5,0%                      |
| 6. COREA SUD/SOUTH KOREA                     | 3.452                         | 3.541         | 3.220         | 2.962         | 2.709         | -8,0%                              | -8,6%                              | 4,2%                      | 4,7%                      |
| 7. RUSSIA                                    | 1.188                         | 1.487         | 1.615         | 1.589         | 1.526         | -1,6%                              | -3,9%                              | 2,2%                      | 2,7%                      |
| 8. INDIA                                     | 1.730                         | 1.977         | 2.827         | 2.782         | 1.418         | -1,6%                              | -49,0%                             | 3,9%                      | 2,5%                      |
| 9. TAIWAN                                    | 1.390                         | 1.577         | 1.707         | 1.513         | 1.265         | -11,4%                             | -16,4%                             | 2,1%                      | 2,2%                      |
| 10. MESSICO/MEXICO                           | 2.170                         | 2.127         | 1.904         | 1.772         | 1.062         | -6,9%                              | -40,1%                             | 2,5%                      | 1,8%                      |
| 11. CANADA                                   | 1.120                         | 1.221         | 1.292         | 1.218         | 1.007         | -5,7%                              | -17,4%                             | 1,7%                      | 1,8%                      |
| 12. TURCHIA/TURKEY                           | 1.127                         | 1.096         | 915           | 816           | 976           | -10,9%                             | 19,7%                              | 1,1%                      | 1,7%                      |
| 13. SVIZZERA/SWITZERLAND                     | 818                           | 909           | 1.095         | 1.094         | 853           | -0,1%                              | -22,0%                             | 1,5%                      | 1,5%                      |
| 14. FRANCIA/FRANCE                           | 1.055                         | 1.126         | 1.208         | 1.195         | 830           | -1,1%                              | -30,5%                             | 1,7%                      | 1,4%                      |
| 15. VIETNAM                                  | 818                           | 991           | 1.004         | 1.153         | 799           | 14,8%                              | -30,7%                             | 1,6%                      | 1,4%                      |
| 16. TAILANDIA/THAILAND                       | 930                           | 915           | 1.092         | 1.113         | 765           | 2,0%                               | -31,3%                             | 1,6%                      | 1,3%                      |
| 17. INDONESIA                                | 531                           | 480           | 494           | 549           | 683           | 11,0%                              | 24,3%                              | 0,8%                      | 1,2%                      |
| 18. AUSTRIA                                  | 648                           | 698           | 785           | 824           | 613           | 4,9%                               | -25,5%                             | 1,2%                      | 1,1%                      |
| 19. BRASILE/BRAZIL                           | 768                           | 698           | 792           | 939           | 575           | 18,6%                              | -38,8%                             | 1,3%                      | 1,0%                      |
| 20. POLONIA/POLAND                           | 572                           | 656           | 847           | 623           | 543           | -26,4%                             | -12,8%                             | 0,9%                      | 0,9%                      |
| 21. REGNO UNITO/UNITED KINGDOM               | 743                           | 711           | 777           | 666           | 472           | -14,3%                             | -29,1%                             | 0,9%                      | 0,8%                      |
| 22. SPAGNA/SPAIN                             | 574                           | 720           | 728           | 651           | 456           | -10,5%                             | -30,0%                             | 0,9%                      | 0,8%                      |
| 23. MALISIA/MALAYSIA                         | 386                           | 448           | 472           | 508           | 398           | 7,5%                               | -21,7%                             | 0,7%                      | 0,7%                      |
| 24. UNGHERIA/HUNGARY                         | 437                           | 419           | 434           | 524           | 315           | 20,7%                              | -40,0%                             | 0,7%                      | 0,5%                      |
| 25. AUSTRALIA                                | 278                           | 314           | 367           | 374           | 306           | 2,0%                               | -18,4%                             | 0,5%                      | 0,5%                      |
| 26. REP. Ceca/CZECH REP.                     | 410                           | 494           | 588           | 481           | 290           | -18,2%                             | -39,7%                             | 0,7%                      | 0,5%                      |
| 27. ROMANIA                                  | 234                           | 281           | 359           | 355           | 268           | -1,2%                              | -24,5%                             | 0,5%                      | 0,5%                      |
| 28. SLOVACCHIA/SLOVAKIA                      | 244                           | 232           | 264           | 329           | 188           | 24,7%                              | -43,0%                             | 0,5%                      | 0,3%                      |
| 29. SVEZIA/SWEDEN                            | 166                           | 138           | 196           | 258           | 183           | 31,6%                              | -29,2%                             | 0,4%                      | 0,3%                      |
| 30. ISRAELE/ISRAEL                           | 136                           | 159           | 179           | 181           | 175           | 1,2%                               | -3,1%                              | 0,3%                      | 0,3%                      |
| 31. PAESI BASSI/THE NETHERLANDS              | 333                           | 250           | 306           | 295           | 165           | -3,5%                              | -44,0%                             | 0,4%                      | 0,3%                      |
| 32. PORTOGALLO/PORTUGAL                      | 295                           | 301           | 262           | 234           | 152           | -10,6%                             | -35,0%                             | 0,3%                      | 0,3%                      |
| 33. MAROCCO/MOROCCO                          | 54                            | 64            | 62            | 107           | 142           | 73,2%                              | 32,1%                              | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 34. FILIPPINE/PHILIPPINES                    | 126                           | 180           | 189           | 171           | 129           | -9,4%                              | -24,2%                             | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 35. SLOVENIA                                 | 148                           | 179           | 169           | 174           | 125           | 3,0%                               | -28,2%                             | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 36. FINLANDIA/FINLAND                        | 86                            | 128           | 147           | 139           | 116           | -6,0%                              | -16,5%                             | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 37. UCRAINA/UKRAINE                          | 86                            | 105           | 134           | 149           | 109           | 11,3%                              | -26,9%                             | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 38. BULGARIA                                 | 111                           | 107           | 128           | 129           | 104           | 1,2%                               | -19,3%                             | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 39. EMIRATI ARABI UNITI/UNITED ARAB EMIRATES | 125                           | 112           | 92            | 88            | 100           | -4,2%                              | 13,6%                              | 0,1%                      | 0,2%                      |
| 40. DANIMARCA/DENMARK                        | 83                            | 76            | 115           | 115           | 99            | -0,6%                              | -13,7%                             | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 41. SUD AFRICA/SOUTH AFRICA                  | 146                           | 163           | 139           | 137           | 97            | -1,0%                              | -29,6%                             | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 42. NORVEGIA/NORWAY                          | 67                            | 68            | 87            | 112           | 92            | 28,5%                              | -17,7%                             | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 43. ARABIA SAUDITA/SAUDI ARABIA              | 216                           | 140           | 131           | 135           | 86            | 2,6%                               | -35,9%                             | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 44. ARGENTINA                                | 142                           | 139           | 131           | 96            | 83            | -27,1%                             | -12,9%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 45. EGITTO/EGYPT                             | 87                            | 76            | 120           | 125           | 77            | 4,3%                               | -38,1%                             | 0,2%                      | 0,1%                      |
| 46. BIELORUSSIA/BELARUS                      | 68                            | 80            | 93            | 99            | 77            | 6,6%                               | -22,4%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 47. ALGERIA                                  | 171                           | 136           | 121           | 121           | 75            | -0,1%                              | -38,2%                             | 0,2%                      | 0,1%                      |
| 48. SERBIA                                   | 40                            | 46            | 57            | 80            | 65            | 40,0%                              | -18,6%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 49. BELGIO/BELGIUM                           | 136                           | 268           | 269           | 313           | 49            | 16,1%                              | -84,4%                             | 0,4%                      | 0,1%                      |
| 50. IRAN                                     | 127                           | 143           | 93            | 57            | 34            | -39,1%                             | -41,1%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| <b>Totale mondiale/World total</b>           | <b>69.781</b>                 | <b>73.836</b> | <b>76.070</b> | <b>71.315</b> | <b>57.398</b> | <b>-6,3%</b>                       | <b>-19,5%</b>                      |                           |                           |

## Los países líderes

**China** mantuvo su liderazgo mundial incluso en 2020. El gigante asiático es el primer fabricante (16.950 millones de euros, -2,3%) y el mayor consumidor (18.657 millones, -6,3%), muy por delante de todos los demás países, a pesar de un nuevo año de caída. La porción del consumo cubierta por las importaciones disminuyó al 28%, por un valor de 5.227 millones (-19,7%). Las exportaciones cayeron (-10,8%) hasta los 3.520 millones, pero China defendió su tercer puesto en el ranking mundial de exportadores.

**Los fabricantes alemanes** confirmaron sus posiciones, aunque registraron fuertes retrocesos en todos los principales indicadores económicos. La producción de 8.660 millones de euros (-31,5%) permitió al país mantener el segundo puesto en el ranking mundial. A pesar de la fuerte caída (-30,7%) hasta los 5.802 millones de euros, Alemania se mantuvo a la cabeza de las exportaciones. Asimismo, aunque se registró un fuerte descenso de la demanda interna, hasta los 4.551 millones, el país mantuvo su tercera posición en el ranking de consumo. El mercado alemán fue también el tercero en cuanto a la compra de máquinas extranjeras: la relación importación/consumo se situó en el 37% y el valor de las importaciones fue de 1.693 millones de euros.

**Japón** volvió a ocupar el tercer lugar entre los países productores, con un valor de 8.218 millones de euros, un 23,8% menos. A pesar de registrar una caída de las ventas al exterior (-27,7%) superior al promedio mundial, el país del sol naciente conservó su segundo puesto entre los exportadores, con 5.131 millones. También se registró una reducción considerable del consumo local (-20%), que bajó hasta los 3.656 millones. El país es el cuarto mercado de consumo. La penetración de las máquinas extranjeras sigue siendo muy baja: solo 569 millones, es decir, el 16% del mercado.

**Italia** conservó su cuarto puesto en el ranking de fabricantes mundiales, aunque la producción disminuyó a 4.677 millones (20,6%).

También se confirmó el cuarto puesto en el ranking de exportaciones, aunque las ventas al exterior descendieron a 2.625 millones (-22%). Las importaciones se situaron en 809 millones (44%). El mercado local volvió a ser el quinto más importante en 2020, con 2.861 millones (-27,9%).

**Estados Unidos**, con una producción de 4.566 millones (-10,2%), fue el quinto país fabricante de máquinas herramienta, posición que ya ocupaba en 2019. Entre los países líderes, Estados Unidos registró la mayor penetración de las importaciones, con un 58%: el valor de 4.103 millones de compras en el extranjero ha asegurado al país el segundo lugar, después de China, en el ranking de importadores. En términos de consumo, el mercado estadounidense también se confirmó como el segundo más importante, con 7.025 millones de euros (-16,4%).

En 2020, la producción de **Corea del Sur** se redujo a 3.477 millones de euros (-15,7%); y las exportaciones también disminuyeron (-24,7%). La retracción (-8,6%) de la demanda interna, inferior a la de los competidores, permitió al país obtener la sexta posición en el ranking mundial de consumo, con 2.709 millones. En un 29%, el mercado se satisface con importaciones.

**Taiwán** registró un fuerte descenso de la producción, -28,9%, hasta los 2.509 millones. La tendencia de las exportaciones fue similar, -34,3%: el valor de 1.800 millones de euros aseguró al país el quinto lugar en el ranking mundial.

La producción de máquinas herramienta en **Suiza** descendió a 2.038 millones (-28,9%). El 81% de las máquinas se vendieron en el extranjero, por un total de 1.654 millones, un resultado que confirma el sexto puesto en el ranking de exportadores mundiales.

## Los demás países

En 2020, **Rusia** pasó a ocupar el séptimo lugar en el ranking de mercados, con un consumo de máquinas herramienta de 1.526 millones (-3,9%). Las importaciones disminuyeron, un 6,6%, hasta los 1.019 millones, mientras que la producción local se mantuvo estable en 574 millones. La propensión a las importaciones se situó en el 67%. India cayó al octavo lugar entre los consumidores, con 1.418 millones de euros (-49%). Caída muy pronunciada tanto de la producción nacional (-44,1%) como de las importaciones (-51,8%). Con 908 millones, el país asiático registró el séptimo valor más alto de las importaciones del año.

**México** fue el décimo mercado mundial en 2020, con un consumo de 1.062 millones de euros (-40,1%). Las importaciones alcanzaron los 1.049 millones y satisficieron casi por completo la demanda: la producción nacional se estima en 79 millones. El consumo de máquinas herramienta en Canadá alcanzó los 1.007 millones (-17,4%), convirtiéndose en el undécimo mercado mundial. El 73% del consumo se satisface con importaciones: con 732 millones, el país ocupa el decimotercer lugar en el ranking mundial.

En 2020, el **mercado turco** creció (+19,7%) hasta los 976 millones de euros, un resultado que aseguró al país el duodécimo puesto en el ranking mundial de consumo. La particular dinámica temporal de la propagación de la pandemia y la evolución del tipo de cambio subyacen a esta tendencia, que contrasta totalmente. Cabe señalar que el año 2020 coincidió con un cambio de tendencia en el país, después de tres años consecutivos de disminución de la demanda de máquinas herramienta.

En 2020, con un valor de 830 millones (-30,5%), **Francia** perdió posiciones con respecto al año anterior, “convirtiéndose” en el decimocuarto mercado del mundo y el cuarto de Europa Occidental. La producción local sigue siendo débil (500 millones) y las importaciones cubren el 90% de la demanda.

**PRINCIPALI PAESI ESPORTATORI DI MACCHINE UTENSILI (milioni di euro, variazioni, quote)**  
**MAJOR MACHINE TOOLS EXPORTING COUNTRIES (million euros, changes, shares)**

|                                              | milioni di euro/million euros |               |               |               |               | variazione<br>2019/<br>2019 change | variazione<br>2020/<br>2020 change | quota 2019/<br>2019 share | quota 2020/<br>2020 share |
|----------------------------------------------|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------|---------------------------|
|                                              | 2016                          | 2017          | 2018          | 2019          | 2020          |                                    |                                    |                           |                           |
| 1. GERMANIA/GERMANY                          | 7.802                         | 8.554         | 9.033         | 8.374         | 5.802         | -7,3%                              | -30,7%                             | 20,7%                     | 19,1%                     |
| 2. GIAPPONE/JAPAN                            | 6.629                         | 7.253         | 7.799         | 7.098         | 5.131         | -9,0%                              | -27,7%                             | 17,6%                     | 16,9%                     |
| 3. CINA/CHINA                                | 2.698                         | 2.920         | 3.400         | 3.945         | 3.520         | 16,0%                              | -10,8%                             | 9,8%                      | 11,6%                     |
| 4. ITALIA/ITALY                              | 3.062                         | 3.165         | 3.423         | 3.364         | 2.625         | -1,7%                              | -22,0%                             | 8,3%                      | 8,7%                      |
| 5. TAIWAN                                    | 2.618                         | 2.960         | 3.094         | 2.740         | 1.800         | -11,4%                             | -34,3%                             | 6,8%                      | 5,9%                      |
| 6. SVIZZERA/SWITZERLAND                      | 2.275                         | 2.501         | 2.848         | 2.410         | 1.654         | -15,4%                             | -31,4%                             | 6,0%                      | 5,5%                      |
| 7. STATI UNITI/UNITED STATES                 | 2.423                         | 2.416         | 2.492         | 2.150         | 1.644         | -13,7%                             | -23,5%                             | 5,3%                      | 5,4%                      |
| 8. COREA SUD/SOUTH KOREA                     | 1.818                         | 2.071         | 2.211         | 2.075         | 1.562         | -6,1%                              | -24,7%                             | 5,1%                      | 5,2%                      |
| 9. BELGIO/BELGIUM                            | 928                           | 1.096         | 1.231         | 1.099         | 750           | -10,7%                             | -31,8%                             | 2,7%                      | 2,5%                      |
| 10. AUSTRIA                                  | 581                           | 654           | 764           | 762           | 708           | -0,3%                              | -7,0%                              | 1,9%                      | 2,3%                      |
| 11. SPAGNA/SPAIN                             | 842                           | 914           | 984           | 924           | 694           | -6,0%                              | -25,0%                             | 2,3%                      | 2,3%                      |
| 12. PAESI BASSI/THE NETHERLANDS              | 358                           | 418           | 457           | 454           | 622           | -0,6%                              | 36,9%                              | 1,1%                      | 2,1%                      |
| 13. REGNO UNITO/UNITED KINGDOM               | 567                           | 541           | 595           | 630           | 459           | 5,8%                               | -27,1%                             | 1,6%                      | 1,5%                      |
| 14. TURCHIA/TURKEY                           | 399                           | 435           | 495           | 504           | 450           | 1,9%                               | -10,8%                             | 1,2%                      | 1,5%                      |
| 15. FRANCIA/FRANCE                           | 576                           | 546           | 560           | 629           | 417           | 12,3%                              | -33,7%                             | 1,6%                      | 1,4%                      |
| 16. REP. CECAC/CZECH REP.                    | 581                           | 580           | 698           | 578           | 395           | -17,3%                             | -31,6%                             | 1,4%                      | 1,3%                      |
| 17. TAILANDIA/THAILAND                       | 339                           | 412           | 483           | 409           | 254           | -15,3%                             | -37,9%                             | 1,0%                      | 0,8%                      |
| 18. POLONIA/POLAND                           | 240                           | 252           | 292           | 243           | 253           | -16,5%                             | 4,0%                               | 0,6%                      | 0,8%                      |
| 19. CANADA                                   | 258                           | 286           | 219           | 240           | 201           | 9,6%                               | -16,2%                             | 0,6%                      | 0,7%                      |
| 20. SVEZIA/SWEDEN                            | 199                           | 218           | 219           | 218           | 157           | -0,5%                              | -28,2%                             | 0,5%                      | 0,5%                      |
| 21. SLOVACCHIA/SLOVAKIA                      | 116                           | 138           | 160           | 159           | 120           | -0,8%                              | -24,5%                             | 0,4%                      | 0,4%                      |
| 22. Malesia/MALAYSIA                         | 137                           | 146           | 173           | 129           | 108           | -25,7%                             | -15,8%                             | 0,3%                      | 0,4%                      |
| 23. BRASILE/BRAZIL                           | 176                           | 206           | 127           | 92            | 97            | -27,8%                             | 5,8%                               | 0,2%                      | 0,3%                      |
| 24. FINLANDIA/FINLAND                        | 121                           | 122           | 128           | 113           | 96            | -11,7%                             | -14,9%                             | 0,3%                      | 0,3%                      |
| 25. DANIMARCA/DENMARK                        | 86                            | 105           | 108           | 106           | 81            | -1,5%                              | -24,0%                             | 0,3%                      | 0,3%                      |
| 26. INDIA                                    | 155                           | 159           | 143           | 146           | 74            | 2,2%                               | -49,2%                             | 0,4%                      | 0,2%                      |
| 27. RUSSIA                                   | 47                            | 53            | 68            | 75            | 67            | 11,5%                              | -11,4%                             | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 28. MESSICO/MEXICO                           | 86                            | 105           | 110           | 122           | 67            | 11,1%                              | -45,3%                             | 0,3%                      | 0,2%                      |
| 29. SLOVENIA                                 | 70                            | 81            | 56            | 52            | 66            | -6,3%                              | 26,5%                              | 0,1%                      | 0,2%                      |
| 30. BULGARIA                                 | 44                            | 48            | 42            | 47            | 53            | 10,8%                              | 12,3%                              | 0,1%                      | 0,2%                      |
| 31. ISRAELE/ISRAEL                           | 25                            | 28            | 34            | 64            | 47            | 87,7%                              | -26,6%                             | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 32. EMIRATI ARABI UNITI/UNITED ARAB EMIRATES | 27                            | 34            | 40            | 45            | 47            | 14,7%                              | 3,8%                               | 0,1%                      | 0,2%                      |
| 33. PORTOGALLO/PORTUGAL                      | 41                            | 45            | 62            | 63            | 47            | 1,6%                               | -26,1%                             | 0,2%                      | 0,2%                      |
| 34. AUSTRALIA                                | 46                            | 69            | 99            | 58            | 40            | -41,3%                             | -31,5%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 35. ROMANIA                                  | 37                            | 38            | 56            | 43            | 35            | -23,8%                             | -19,4%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 36. VIETNAM                                  | 22                            | 29            | 28            | 58            | 34            | 111,2%                             | -41,2%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 37. FILIPPINE/PHILIPPINES                    | 15                            | 32            | 32            | 16            | 24            | -51,3%                             | 54,2%                              | 0,0%                      | 0,1%                      |
| 38. UNGHERIA/HUNGARY                         | 37                            | 24            | 28            | 25            | 20            | -11,7%                             | -19,7%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 39. BIELORUSSIA/BELARUS                      | 29                            | 37            | 34            | 25            | 19            | -25,9%                             | -25,6%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 40. SERBIA                                   | 15                            | 18            | 17            | 21            | 19            | 20,1%                              | -10,5%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 41. UCRAINA/UKRAINE                          | 14                            | 11            | 17            | 20            | 18            | 22,4%                              | -10,9%                             | 0,1%                      | 0,1%                      |
| 42. SUD AFRICA/SOUTH AFRICA                  | 23                            | 21            | 24            | 28            | 11            | 13,1%                              | -58,7%                             | 0,1%                      | 0,0%                      |
| 43. NORVEGIA/NORWAY                          | 17                            | 16            | 10            | 13            | 10            | 34,7%                              | -24,2%                             | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 44. INDONESIA                                | 15                            | 34            | 12            | 11            | 10            | -4,3%                              | -10,8%                             | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 45. MAROCCO/MOROCCO                          | 2                             | 1             | 6             | 5             | 2             | -18,8%                             | -55,8%                             | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 46. IRAN                                     | 2                             | 3             | 3             | 2             | 1             | -12,0%                             | -40,9%                             | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 47. ARGENTINA                                | 3                             | 4             | 2             | 5             | 0             | 118,2%                             | -95,8%                             | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 48. ARABIA SAUDITA/SAUDI ARABIA              | 1                             | 5             | 2             | 3             | 0             | 31,6%                              | -100,0%                            | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 49. EGITTO/EGYPT                             | 0                             | 1             | 1             | 0             | 0             | -40,0%                             | -100,0%                            | 0,0%                      | 0,0%                      |
| 50. ALGERIA                                  | 0                             | 0             | 0             | 0             | 0             | -                                  | -                                  | 0,0%                      | 0,0%                      |
| <b>Totale mondiale/World total</b>           | <b>36.599</b>                 | <b>39.802</b> | <b>42.916</b> | <b>40.391</b> | <b>30.309</b> | <b>-5,9%</b>                       | <b>-25,0%</b>                      |                           |                           |

## LA INDUSTRIA ITALIANA FABRICANTE DE MÁQUINAS HERRAMIENTA, ROBOTS Y AUTOMATIZACIÓN

### LOS DATOS CORRESPONDIENTES AL 2020

En 2020, la economía mundial sufrió los efectos desastrosos de la pandemia de Covid-2019, como demuestra la caída del PIB mundial en un 3,9%. La crisis afectó tanto a los países industrializados (-5,1%) como a los emergentes (-3%), con la única excepción de China.

El comercio internacional, motor del crecimiento mundial en las últimas décadas, se contrajo fuertemente (-6,9%, tras el -0,3% de 2019); el comercio de productos manufacturados también cayó un -6,7% (frente al -0,1% de 2019).

En 2020, la economía italiana se contrajo fuertemente (-8,9%), pero lo hizo mejor que algunos grandes países europeos, como España y el Reino Unido. El análisis trimestral de las variaciones tendenciales del PIB muestra que la crisis comenzó en el primer trimestre (-5,8%), el punto más bajo se alcanzó en el segundo trimestre (-18,2%), al que siguió una fase de atenuación (-5,2%) en el periodo julio-septiembre. En la última parte del año, con la segunda ola de la epidemia, la crisis se agravó (-6,6%).

La inversión fue el componente más débil de la demanda interna (-9,1%). La inversión en construcción se comportó mejor (-6,3%) que las compras de máquinas y equipos (-12,1%). Hubo un fuerte descenso del consumo de los hogares (-10,7%); mientras que el gasto público aumentó (+1,6%).

TAV. 15. INDUSTRIA ITALIANA DELLA MACCHINA UTENSILE, DEL ROBOT E DELL'AUTOMAZIONE (milioni di euro, variazione%)  
TABLE 15. ITALIAN MACHINE TOOL, ROBOT AND AUTOMATION INDUSTRY (million euros, % change)



En un contexto ciertamente complejo, **Italia conservó su cuarto puesto en el ranking de fabricantes mundiales**, aunque la producción disminuyó a 4.677 millones (20,6%). **También se confirmó el cuarto puesto en el ranking de exportaciones**, aunque las ventas al exterior descendieron a 2.625 millones (-22%).

En 2020, la **producción italiana de máquinas herramienta, robots y automatización se situó en 5.182 millones de euros, un 20,4% menos que en 2019.**

El consumo disminuyó un 26,6%, hasta 3.561 millones, debido a la merma tanto de las entregas nacionales (-20,3%, 2.321 millones) como de las importaciones (-36,2%, 1.240 millones). La cuota de mercado cubierta por la maquinaria extranjera fue del 34,8%.

Las exportaciones también disminuyeron, hasta los 2.861 millones de euros en 2020, un 20,5% menos que en el año anterior. La relación entre las exportaciones y la producción se mantuvo prácticamente estable: del 55,3% en 2019, al 55,2% en 2020. La balanza comercial disminuyó un 2,1%, hasta los 1.621 millones de euros.

Los resultados negativos de la industria italiana en este sector se reflejaron en el **nivel de utilización de la capacidad de producción, cuyo promedio anual cayó notablemente del 82,4% en 2019 al 65% en 2020.**



La cartera de pedidos también se redujo, hasta los 5 meses de producción asegurada, frente a los 6,4 meses del año anterior. Los precios de las máquinas aumentaron un 0,2% con respecto al año anterior.

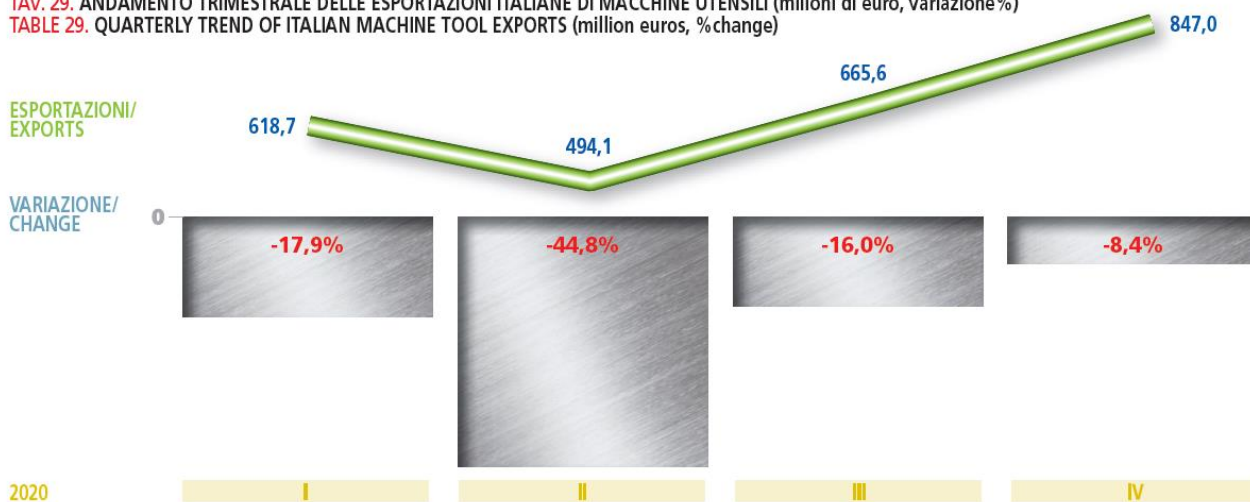
#### INDUSTRIA ITALIANA MACCHINA UTENSILE, ROBOT E AUTOMAZIONE ITALIAN MACHINE TOOL, ROBOT AND AUTOMATION INDUSTRY

|                                                                      | milioni di euro/<br>million euros |        |        | Δ% in termini correnti/<br>Δ% in current terms |      |       | Δ% in termini reali/<br>Δ% in real terms |      |       |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|--------|--------|------------------------------------------------|------|-------|------------------------------------------|------|-------|
|                                                                      | 2018                              | 2019   | 2020   | 2018                                           | 2019 | 2020  | 2018                                     | 2019 | 2020  |
| PRODUZIONE/PRODUCTION                                                | 6.775                             | 6.510  | 5.182  | 11,3                                           | -3,9 | -20,4 | 10,3                                     | -4,9 | -20,8 |
| ESPORTAZIONI/EXPORTS                                                 | 3.663                             | 3.599  | 2.861  | 8,2                                            | -1,7 | -20,5 | 7,2                                      | -2,7 | -20,9 |
| CONSEGNE SUL MERCATO<br>INTERNO/DELIVERIES ON<br>THE DOMESTIC MARKET | 3.112                             | 2.911  | 2.321  | 15,2                                           | -6,5 | -20,3 | 14,2                                     | -7,4 | -20,7 |
| IMPORTAZIONI/IMPORTS                                                 | 2.052                             | 1.944  | 1.240  | 16,3                                           | -5,3 | -36,2 | 15,3                                     | -6,2 | -36,5 |
| CONSUMO/CONSUMPTION                                                  | 5.164                             | 4.855  | 3.561  | 15,7                                           | -6,0 | -26,6 | 14,6                                     | -6,9 | -27,0 |
| SALDO COMMERCIALE/<br>TRADE BALANCE                                  | 1.611                             | 1.655  | 1.621  | -0,6                                           | 2,8  | -2,1  | -1,5                                     | 1,8  | -2,6  |
| quota %/% share                                                      |                                   |        |        |                                                |      |       |                                          |      |       |
| IMPORT SU CONSUMO/<br>IMPORT ON CONSUMPTION                          | 39,7                              | 40,0   | 34,8   |                                                |      |       |                                          |      |       |
| EXPORT SU PRODUZIONE/<br>EXPORT ON PRODUCTION                        | 54,1                              | 55,3   | 55,2   |                                                |      |       |                                          |      |       |
| numero/number                                                        |                                   |        |        |                                                |      |       |                                          |      |       |
| OCCUPAZIONE/EMPLOYMENT                                               | 33.520                            | 33.840 | 33.600 |                                                |      |       |                                          |      |       |

#### LAS EXPORTACIONES

En 2020, las exportaciones italianas de máquinas herramienta cayeron un 22%, hasta un valor de 2.625 millones de euros: por primera vez en diez años descendieron por debajo de los tres mil millones. La tendencia trimestral fue especialmente negativa en el primer semestre (-17,9% en el primer trimestre, -44,8% en el segundo); la disminución luego se redujo en el tercer trimestre (-16%) y aún más en el cuarto (-8,4%).

TAV. 29. ANDAMENTO TRIMESTRALE DELLE ESORTAZIONI ITALIANE DI MACCHINE UTENSILI (milioni di euro, variazione%)  
TABLE 29. QUARTERLY TREND OF ITALIAN MACHINE TOOL EXPORTS (million euros, %change)



Fonte/Source: elaborazione su dati ISTAT/elaboration on ISTAT data

Las exportaciones a la **Unión Europea** descendieron (-24,7%), hasta los 1.200 millones de euros. **Alemania** fue el primer mercado europeo para los fabricantes italianos y el segundo a nivel mundial (289 millones, -23,1%), seguido de Francia (158 millones, -32,2%), Polonia (143 millones, -17,2%) y España (95 millones, -34,1%). El Reino Unido, que todavía formaba parte de la Unión para este análisis, recuperó el quinto puesto (59 millones, -17,1%) en la clasificación de los países de destino del Made in Italy.

Las ventas cayeron sólo moderadamente en el **resto de Europa (-7,3%)**, por un valor de 304 millones.

Más detalladamente, las exportaciones crecieron en Turquía (100 millones, +29%), uno de los pocos mercados que se resiste a la tendencia. Las exportaciones a Rusia se situaron en 100 millones (-16%), por delante de Suiza (54 millones, -23,8%).

Las ventas en **Norteamérica** disminuyeron un 10,2%, hasta 480 millones. En 2020, **Estados Unidos** siguió siendo el primer mercado para los productos italianos del sector, con 374 millones (-11,3%). Las exportaciones de Made by Italians también descendieron en México (62,2 millones, -12,1%), mientras que crecieron en Canadá (44,4 millones, +4,2%).

Los datos son negativos para **Sudamérica**, que redujo las compras a Italia en un 32,9%, por un valor de 53,9 millones de euros. A la cabeza se sitúan Brasil (37,3 millones, -20,8%) y Argentina (4,5 millones, -53,7%).

Las exportaciones a **Asia**, segunda salida de los productos italianos, descendieron un 28,9%, hasta los 485 millones.

Del total exportado al continente, la mayor parte se destinó a **Asia Oriental**, que compró máquinas herramienta italianas por 296 millones de euros, un 25,5% menos que en 2019.

En concreto, disminuyeron las ventas a **China** (224 millones, -26,1%), Corea del Sur (21,9 millones, -20,2%) y Japón (21,6 millones, -42,3%), mientras que aumentaron las destinadas a Taiwán (26,3 millones, +6,3%).

También descendieron las exportaciones al **sur de Asia**: -25,9% por un valor de 79,8 millones. En esta región, dominan las ventas a India (69,2 millones, -29,8%).

**Oriente Medio** redujo sus compras de máquinas herramienta italianas, -18,3%, hasta los 70,7 millones. Mientras que las exportaciones a Arabia Saudí aumentaron (22,4 millones, +13,6%), las ventas a Israel (16,7 millones, -21,9%) y a los Emiratos Árabes Unidos (14,5 millones, -26,7%) descendieron. Las ventas a la región de la **ASEAN** se desplomaron un 57,5%, hasta los 38,5 millones. En primer lugar está Vietnam (8,5 millones, -62,1%), seguido de Tailandia (8 millones, -34,7%) y Singapur (7,5 millones, -50,9%).

Las exportaciones directas a **África** disminuyeron, -24,4%, hasta los 63,6 millones: sólo crecieron las ventas a Egipto (19,7 millones, +12,8%). Marruecos (11,2 millones, -18,9%), Argelia (9,3 millones, -54,8%), Túnez (4,7 millones, -33,5%) y Sudáfrica (4,6 millones, -60,9%) registraron resultados sin lugar a dudas negativos. Las ventas en Oceanía descendieron (-38,4%) hasta los 34 millones.



**ESPORTAZIONI ITALIANE DI MACCHINE UTENSILI PER PAESE, NEL 2020**  
**ITALIAN MACHINE TOOL EXPORTS BY COUNTRY IN 2020**

|                                    | migliaia di euro/<br>thousand euros | variazione%/<br>%change | quota%/<br>%share | tonnellate/<br>tons | variazione%/<br>%change | euro/kg     |
|------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------|-------------------|---------------------|-------------------------|-------------|
| 1. USA                             | 373.785                             | -11,3%                  | 14,2%             | 19.820              | -15,4%                  | 18,9        |
| 2. GERMANIA/GERMANY                | 288.886                             | -23,1%                  | 11,0%             | 20.297              | -33,1%                  | 14,2        |
| 3. CINA/CHINA                      | 223.930                             | -26,1%                  | 8,5%              | 11.954              | -19,3%                  | 18,7        |
| 4. FRANCIA/FRANCE                  | 158.245                             | -32,2%                  | 6,0%              | 15.420              | -25,7%                  | 10,3        |
| 5. POLONIA/POLAND                  | 143.478                             | -17,2%                  | 5,5%              | 12.606              | -0,6%                   | 11,4        |
| 6. TURCHIA/TURKEY                  | 100.041                             | 29,0%                   | 3,8%              | 7.453               | 8,8%                    | 13,4        |
| 7. RUSSIA                          | 99.921                              | -16,0%                  | 3,8%              | 6.761               | -6,6%                   | 14,8        |
| 8. SPAGNA/SPAIN                    | 95.017                              | -34,1%                  | 3,6%              | 9.026               | -25,7%                  | 10,5        |
| 9. INDIA                           | 69.224                              | -29,8%                  | 2,6%              | 8.062               | -27,4%                  | 8,6         |
| 10. MESSICO/MEXICO                 | 62.170                              | -12,1%                  | 2,4%              | 3.771               | -18,2%                  | 16,5        |
| 11. REGNO UNITO/UNITED KINGDOM     | 59.016                              | -17,1%                  | 2,2%              | 5.807               | -10,7%                  | 10,2        |
| 12. AUSTRIA                        | 58.319                              | 5,4%                    | 2,2%              | 3.635               | -19,4%                  | 16,0        |
| 13. SVIZZERA/SWITZERLAND           | 54.029                              | -23,8%                  | 2,1%              | 3.034               | -27,0%                  | 17,8        |
| 14. REPUBBLICA Ceca/CZECH REPUBLIC | 46.263                              | -35,2%                  | 1,8%              | 3.657               | -44,1%                  | 12,7        |
| 15. CANADA                         | 44.366                              | 4,2%                    | 1,7%              | 2.657               | 20,9%                   | 16,7        |
| 16. PORTOGALLO/PORTUGAL            | 44.332                              | -6,7%                   | 1,7%              | 2.838               | 0,5%                    | 15,6        |
| 17. ROMANIA/RUMANIA                | 41.454                              | -26,1%                  | 1,6%              | 4.601               | 45,4%                   | 9,0         |
| 18. PAESI BASSI/THE NETHERLANDS    | 37.924                              | -19,1%                  | 1,4%              | 3.497               | -10,9%                  | 10,8        |
| 19. SLOVACCHIA/SLOVAKIA            | 37.834                              | -26,1%                  | 1,4%              | 2.938               | -16,1%                  | 12,9        |
| 20. BRASILE/BRAZIL                 | 37.268                              | -20,8%                  | 1,4%              | 2.772               | 6,7%                    | 13,4        |
| 21. SVEZIA/SWEDEN                  | 30.277                              | -43,6%                  | 1,2%              | 1.303               | -54,7%                  | 23,2        |
| 22. UNGHERIA/HUNGARY               | 29.527                              | -10,4%                  | 1,1%              | 1.876               | 22,3%                   | 15,7        |
| 23. AUSTRALIA                      | 26.582                              | -38,7%                  | 1,0%              | 2.060               | -38,6%                  | 12,9        |
| 24. BELGIO/BELGIUM                 | 26.374                              | -28,9%                  | 1,0%              | 2.239               | -40,9%                  | 11,8        |
| 25. TAIWAN                         | 26.283                              | 6,3%                    | 1,0%              | 2.099               | -27,7%                  | 12,5        |
| 26. ARABIA SAUDITA/SAUDI ARABIA    | 22.384                              | 13,6%                   | 0,9%              | 2.531               | 39,4%                   | 8,8         |
| 27. COREA SUD/SOUTH KOREA          | 21.932                              | -20,2%                  | 0,8%              | 931                 | -47,6%                  | 23,5        |
| 28. GIAPPONE/JAPAN                 | 21.571                              | -42,3%                  | 0,8%              | 865                 | -47,2%                  | 24,9        |
| 29. EGITTO/EGYPT                   | 19.710                              | 12,8%                   | 0,8%              | 4.283               | 60,6%                   | 4,6         |
| 30. FINLANDIA/FINLAND              | 19.317                              | -24,5%                  | 0,7%              | 1.160               | 2,4%                    | 16,6        |
| ALTRI PAESI/OTHER COUNTRIES        | 305.821                             | -34,6%                  | 11,6%             | 28.109              | -24,3%                  | 10,9        |
| <b>Totale/Total</b>                | <b>2.625.278</b>                    | <b>-22,0%</b>           | <b>100,0%</b>     | <b>198.060</b>      | <b>-19,0%</b>           | <b>13,3</b> |

Fonte/Source: elaborazione su dati ISTAT/elaboration on ISTAT data