



OFFICINA MARCHE



CONVEGNO

"Il settore tessile: formazione professionale e strategie di sviluppo"

FILOTTRANO

TEATRO "TORQUIS"

3 giugno 2004

INTRODUZIONE

Avv. Ivana Ballante • Sindaco di Filottrano

INTERVENTI

Prof. Marcello Falasco • Università Politecnica delle Marche - Ancona
"Il settore tessile nelle Marche: punti di forza e di debolezza"

Prof. Raffaele Sibilio • Università Federico II - Napoli
"Formazione professionale nel settore tessile"

Dott. Giorgio Grati • Imprenditore
"Il distretto tessile"

CONCLUSIONI

Prof. Mario Baldassarri
Università di Roma, "La Sapienza"



CONVEGNO

"Il settore tessile: formazione professionale e strategie di sviluppo"

Relazioni Invitate

Prof. Marcello Falasco • Università Politecnica delle Marche - Ancona
"Il settore tessile nelle Marche: punti di forza e di debolezza"

Prof. Raffaele Sibilio* • Università Federico II - Napoli
"Formazione professionale nel settore tessile"

Dott. Giorgio Grati* • Imprenditore
"Il distretto tessile"

* Le relazioni del Prof. Raffaele Sibilio e del dott. Giorgio Grati non sono attualmente ancora disponibili.

Il Settore tessile: formazione professionale e strategie di sviluppo

Relazione Invitata

“Il Settore Tessile nelle Marche : punti di forza e di debolezza “A Textile District in Marche (Italy) : strength and weak factors and politics”*

di

Marcello Falasco* e Riccardo Marinelli*

Università Politecnica delle Marche

Filottrano

Sala Cinema Teatro “Torquis”

3 giugno 2004

***e-mail : falasco@diiga.univpm.it**

e-mail : riccardo.marinelli@sixty.net

◦ *La relazione, rielaborata e aggiornata nei dati, è stata presentata al convegno internazionale: “Innovation, Research And Technological Intelligence Experiences and Perspectives for the Fashion Industry”, tenutosi a Madrid il 28-29 settembre 2004.*

Sintesi degli argomenti trattati. La crisi del modello organizzativo italiano del settore moda, costituito da distretti industriali, è ormai una realtà. La relazione evidenzia se ci sono ancora elementi di forza su cui le imprese del tessile-abbigliamento possono e devono puntare per superare questo particolare momento in un contesto di globalizzazione dei mercati la cui pratica spesso non rispetta i principi della concorrenza leale. Le piccole imprese del settore tessile per superare la crisi della delocalizzazione produttiva devono aggiungere agli elementi di tradizione e di qualità una nuova organizzazione valorizzando la flessibilità e la capacità di adattamento di un sistema, come quello della moda, esaltando le doti del made in Italy unica leva di vantaggio competitivo in un mercato massificante che difficilmente potrà imitare lo stile del prodotto italiano all'estero.

Quadro macroeconomico del settore tessile e abbigliamento.

Dati macroeconomici generali

Se il 2003 doveva essere l'anno del rilancio, per il 2004 le speranze di ripresa si presentano molto tenui per il settore tessile-abbigliamento sulla scena mondiale e in particolare in quella italiana. Recuperare le perdite dell'anno precedente non sarà facile anche a causa di diverse incognite quali l'infinita guerra in Iraq e i tremendi attacchi terroristici sparsi a macchia di leopardo in diverse zone del mondo che si ripercuotono sulla stabilità economica nelle diverse zone paese. Certo non possiamo non tenere presente, specialmente nel settore della moda, che il clima internazionale è ancora incerto ed è pertanto alquanto difficile fare previsioni economiche credibili ed accurate. Riferendoci ai dati macroeconomici generali forniti dall'Istituto “*Economist Intelligence Unit* “ la ripresa economica mondiale per l'anno in corso non dovrebbe arrestarsi, al contrario è prevista una crescita del 4,9%. Supposto che il Pil del 2004 stimato sui primi nove mesi dell'anno in corso rimanga sostanzialmente in linea con il dato richiamato, per il 2005-2006 la crescita dovrebbe attestarsi su cifre analoghe.

Sulla crescita mondiale continua però a pesare l'incognita di un ulteriore aumento del prezzo del petrolio e dei tassi d'interesse. Secondo le stime del *Fondo Monetario Internazionale* qualora si verificasse una impennata del petrolio a 60 \$ al barile, a tassi d'interesse invariati, il trend di crescita del Pil si potrebbe ridurre di un 0,7%-0,8% con effetti diretti sui consumi, principale fattore di sviluppo della ricchezza mondiale. Passando all'area europea, fanalino di coda rispetto all'economia statunitense ed asiatica, la ripresa dovrebbe farsi sentire nella seconda metà del 2004, avvicinandosi all'1,8-2% per poi

salire al 2,2-2,3% nel 2005. Tassi non certo in linea con quelli americani e soprattutto lontani da quelli avuti negli anni novanta.

Nello scenario economico italiano invece il tasso di crescita del *Pil* non supererà l'1,2% e quindi più basso non solo di quello americano ma addirittura di quello medio europeo (2%). Per il 2005 la tendenza dovrebbe essere analoga con una crescita tra l'1,5 e l'1,7%. Per quanto riguarda le esportazioni italiane da una analisi rilevata nel mese di luglio 2004 (ISTAT), migliorano significativamente, soprattutto nei Paesi Extra-Ue con un +11,8% tendenziale a luglio, mentre cedono terreno nel continente europeo a causa della poco brillante performance della Germania nostro primo mercato di sbocco. Segnali positivi si rilevano anche per gli ordinativi cresciuti del +10,8% (nazionali+8,9%). Non tutti i settori hanno però avuto le stesse performance: il tessile e abbigliamento ha marcato un -14,7% e il cuoio-pellami un -9%. Tra i fattori frenanti non vi è dubbio che l'attuale situazione del *supereuro* penalizzi di parecchio gli usuali punti di forza del *made in Italy* soprattutto nel settore moda e nei prodotti per la casa e alla persona.

Un dollaro svalutato o deprezzato nell'ordine di un differenziale dal 25-30% non fa certo bene alla ripresa europea interna ed esterna. Al problema del dollaro poi si affianca quello dello *yuan* cinese, perché essendo quest'ultimo legato al dollaro, ne segue in parte la svalutazione con l'effetto che i prodotti cinesi, già super competitivi in termini di costo rispetto ai prodotti europei, acquisiscono ulteriori vantaggi a danno del nostro sistema produttivo. Comunque, nonostante la svalutazione delle due monete, alcuni sintomi di ripresa già si intravedono per il 2004-2005 nel segmento dell'alta moda.

Il tessile e abbigliamento italiano.

Dati macroeconomici di settore

Il 2004 a pochi mesi dalla sua conclusione può essere definito come l'anno di transizione per il tessile e abbigliamento con una crescita del fatturato complessivo stimata pari allo 0,9%. Secondo una recente analisi effettuata dal centro studi Sim (*Sistema Moda Italiano*) relativa al terzo trimestre, tale lieve ripresa può considerarsi una base sufficiente in vista di un possibile rilancio. Difatti, dopo il biennio critico 2001-2003 alcuni settori hanno già invertito il trend negativo. Tra questi spicca l'industria serica, i cui segnali positivi di ripresa si iniziano a vedere già a partire dal primo trimestre 2004, mentre non altrettanto può dirsi per il tessile laniero la cui ripresa stenta a decollare. Discorso a parte va poi fatto per il settore a valle della filiera dell'abbigliamento che si allinea ai dati negativi ottenuti nel biennio richiamato. Da parte degli operatori vi è comunque una forte volontà di invertire la tendenza, per lo meno nell'ultima parte dell'anno, per un risveglio della raccolta ordini per la stagione *primavera-estate* 2005 (settore abbigliamento) e *autunno-inverno* 2006 per il tessile, che sicuramente darà ossigeno all'intera attività produttiva. Per fine anno (*rapporto Sim*), il consuntivo finale per consumi per l'abbigliamento dovrebbe avere incrementi nell'ordine del 2,5% in valore e dello 0,5% in quantità, mentre per l'anno prossimo il tasso di crescita dovrebbe portarsi intorno al 3% con ricadute positive sull'intero comparto della filiera dell'abbigliamento.

Sul fronte del commercio estero come media annua dovrebbe esserci un lieve recupero pari a un +2,9%. Per le importazioni tra gennaio-maggio per l'intero comparto di tutta la filiera si è registrato un ulteriore aumento del +1,7% con andamenti divergenti tra tessile (-4%) e abbigliamento(+6,4%). Non devono però trarre in inganno i dati richiamati perché se di ripresa dobbiamo parlare essa riguarda principalmente gli otto gruppi del lusso quotati a piazza affari (*Gucci, Bulgari, Tod's, ecc.*), che nonostante il *supereuro* hanno conseguito una crescita dei ricavi del 4,6%, rispetto al 2003, e una redditività (utile) che è passata dal 5,3 al 6,9%. Se la tendenza si manterrà secondo i dati del primo trimestre 2004 per i principali gruppi italiani dell'alta moda la crescita (ricavi), dovrebbe toccare punte del 5-6% tornando a livelli del 2001. Non così per le piccole e medie imprese che restano ancora in affanno data la diversa struttura di penetrazione nei mercati internazionali a causa di un marchio non consolidato e di una tecnologia produttiva carente a cui si somma la cronica mancanza di sviluppo di nuovi modelli.

Dai sintomi di ripresa del 2004 quindi si spera che il 2005 sarà l'anno di verifica per i benefici attesi da una possibile crescita della domanda estera. Salire sull'onda lunga della ripresa sarà possibile se le imprese, specialmente le *medio-piccole*, saranno in grado d'operare in un contesto competitivo sempre più agguerrito con nuove produzioni ad alto **valore aggiunto** e puntando su nicchie di alta qualità tipiche del *made in Italy*.

Il contesto economico del tessile abbigliamento nelle Marche

Le imprese marchigiane per marcata vocazione all'export hanno sempre dato buoni risultati, come conferma l'ultima rilevazione *Istat* dalla quale si rileva che il tasso di esportazione nei primi quattro mesi del 2004 ha segnato un +12,7%, risultato che potremo definire del tutto incoraggiante se il ritmo si manterrà così per tutto l'anno. In tal modo l'economia della regione crescerebbe del 2% (*dati Centro Studi Unioncamere*). Lusinghieri sono i dati per la produzione interna e per la ripresa degli investimenti aziendali che dovrebbero crescere di un +2,9% per il 2004 e portarsi ad un +3,8% nel 2005. Soddisfacente si presenta la situazione sul mercato del lavoro dove il numero degli occupati, già cresciuti nel 2003 dell'1,8%, aumenteranno di un ulteriore +0,7% nel 2004 e di un +1,2% nel 2005.

Il distretto marchigiano del tessile-abbigliamento è prevalentemente formato da piccole imprese artigianali che lavorano come *contoterziste* per altre imprese che si pongono a valle della filiera produttiva. Il numero totale delle imprese è passato dalle 3.318 unità di due anni fa alle 3.216 ad oggi (dati primo trimestre 2004), con un calo di circa il 3% sull'intera filiera produttiva (*tessile, confezioni, vestiario, pelli, pellicce*). Delle 3.216 imprese 1.124 fanno parte della industria tessile e 2.092 nel vestiario e preparati in pelle. Il numero degli addetti non supera le 18.203 unità (dati luglio 2004), con una flessione del 6,2% nei confronti del 2002 (19.363 addetti). Anche il fatturato, (800 milioni di euro del 2003), ha subito un sorprendente calo pari al -5% rispetto al 2002. Solo alcune aree industriali si sono salvate dalla crisi quali, ad esempio, quelle della produzione del *jeans* nel distretto tra Urbania e Sant'Angelo in Vado le cui imprese (trenta) hanno avuto un fatturato che si è mantenuto stabile (200 milioni). Segnali negativi provengono invece nel settore tessile maglieria con un -12,5% e con un sorprendente -43,8% nell'abbigliamento (dati trimestrali 2002-2003: stime Ente Bilaterale Artigianato Marche, Ebam).

E il 2004?

Dopo tre anni di severa crisi secondo le rilevazioni del *Centro Studi di Confindustria Marche* qualche piccolo segnale di ripresa si intravede nei primi tre mesi dell'anno, con un incremento della produzione del +0,3% circa, rispetto al primo trimestre del 2003, in controtendenza per lo stesso periodo con il -1,1% registrato a livello nazionale; per l'attività commerciale si rilevano per il primo trimestre variazioni positive del 6,4% (mercato interno +0,3%, mercato estero +12%).

Le percentuali fin qui rilevate però si riferiscono al buon andamento del settore dell'abbigliamento industriale che rappresenta però solo un terzo delle imprese del settore, mentre la restante parte è composta da *terziste* e piccole imprese a carattere artigianale. Infatti se ci riferiamo ai dati rilevati (primo trimestre 2004) dall'osservatorio Ebam, i livelli di attività nel manifatturiero risultano in netto calo rispetto al primo trimestre 2003 e di questo ne è conferma il calo avuto nel settore artigianale tessile e maglieria che è stato del 29,4%, mentre appare più critico quello dell'abbigliamento artigianale con cali addirittura del 75% nel primo trimestre e del 40% (secondo previsioni) nel secondo trimestre.

La crisi per le piccole imprese è tutta racchiusa nei dati esposti. È necessario allora uscirne al più presto con azioni immediate di rilancio per l'intero settore. La spinta per uscire da questa difficile situazione non può altro che essere quella di *evitare l'isolamento di ogni impresa* creando consorzi di fornitura e distribuzione al fine di essere competitivi nei mercati esteri ed interni. Occorre allora avere la forza di creare una produzione propria e lasciare in alcuni casi la strada della *subfornitura* cessando almeno parzialmente di essere *contoterziste* di grandi e medie imprese, riducendo così i rischi dovuti alla

delocalizzazione di parti importanti delle lavorazioni in paesi emergenti e valorizzando la forza delle imprese artigianali costituita dalla capacità di produrre prodotti di alta qualità difficilmente imitabili da altre imprese straniere.

Indagine e tendenze del tessile abbigliamento nel distretto Osimo-Ostra-Senigallia-Recanati-Filottrano.

Il distretto del tessile e abbigliamento di *Osimo-Ostra-Senigallia-Recanati-Filottrano*, con una distribuzione geografica a macchia di leopardo, può essere ben definito la patria dei *terzisti* in cui prevalentemente operano piccole e medie imprese dedite a lavorazioni in *subfornitura* per conto di vari committenti. Le attività che di norma sono di natura artigianale si concentrano nei comprensori comunali della provincia di Ancona con particolari specializzazioni nei comparti del tessile-maglieria, confezioni, tessitura, accessori e minuterie. La zona con maggior densità per numero di imprese è quella di Ostra e Senigallia con 248 aziende di cui 72 nel distretto di Ostra e 176 in quello di Senigallia. Il numero degli addetti in Senigallia-Ostra è di 2.177, un terzo dei quali nella zona di Ostra, e supera le 2.200 nel circondario di Osimo-Recanati-Filottrano.

Nel distretto di Osimo-Senigallia (*Corinaldo, Barbara, Ostra, Ostra Vetere e Ripe*), le lavorazioni sono legate alla maglieria, con capi di alta qualità. I fatturati complessivamente oscillano tra i 5 e i 15 milioni di euro nelle diverse stagioni. Interessante è la quota estera che copre il 50-60% verso paesi europei con un 18-20% nell'Est Europa (*dati CNA Marche*). Nel Comune di Filottrano con 55 piccole e medie imprese le lavorazioni, per origine storica, tramandate di padre in figlio, sono di tipo artigianale con attività che spaziano dall'abbigliamento femminile alla realizzazione modelli e alla scelta ed approvvigionamento tessuti (8 imprese). Più alto è il numero delle imprese (11), nei settori produttivi: prototipia, taglio, cucitura, montaggio, riparazione e finitura.

Da una recente indagine effettuata dalla CNA, su 26 imprese del distretto, 18 (69,23%) lavorano per conto terzi per lo più come committenti di imprese industriali. Le imprese nella maggiore parte dei casi non definiscono il prezzo della *subfornitura* che il più delle volte viene imposto. Solo il 20% delle imprese ha accesso al mercato finale tramite un proprio marchio. Le imprese cosiddette *contoterziste* hanno sofferto in misura maggiore la crisi del settore tessile per la pressante **delocalizzazione** da parte delle committenti specialmente nei paesi dell'Europa dell'Est a causa di un costo della manodopera notevolmente inferiore e in alcuni settori anche per prezzi dei materiali. La grave crisi avuta nel biennio 2002-2003 e, sebbene di diverso peso, nel 2004, ha causato la chiusura di diverse imprese o, nel caso migliore, l'ulteriore riduzione dei già stretti margini di utile. A questo stato di cose si è poi associata una crescita dei costi nei cicli di lavorazione e non da ultimo una pressione tributaria divenuta insostenibile. A prescindere dal terremoto Cina che ha sconvolto gli equilibri del mercato, se qualche azienda ha dovuto arrendersi altre però stanno reagendo convinte che per superare la crisi l'unico modo sia quello di istituire aree comuni (*consorzi imprese*) nella catena della filiera produttiva.

Mercati e scadenza dell'accordo multifibre

La competitività del *tessile-abbigliamento* italiano si gioca su una serie di fattori, tra i quali spicca la flessibilità nei tempi e metodi di produzione e nei tempi di consegna. La sfida competitiva poggia principalmente le sue basi sull'eccellenza qualitativa del prodotto italiano nel mondo che ha permesso alle nostre imprese di tenere sostanzialmente il mercato. Nuove nubi però si presentano all'orizzonte, a partire dal primo gennaio 2005, per la scadenza dell'accordo *multifibre* il cui regime (entrata in vigore 1974), prevedeva contingentamenti quantitativi alle importazioni di prodotti tessili e abbigliamento provenienti dall'America Latina e dai Paesi Asiatici. Non vanno infatti sottovalutati gli effetti della scadenza dell'accordo *multifibre* sia sulle imprese europee con i suoi 2,7 milioni di occupati nel tessile (primo esportatore mondiale) sia su quelle italiane dove operano 67.000 imprese con 569 mila addetti e 43 miliardi di fatturato nel solo settore dell'abbigliamento. Se la libertà di entrata è un diritto concorrenziale,

tale diritto dovrebbe valere per tutti i Paesi : al contrario giungono voci che gli imprenditori statunitensi del tessile hanno già fatto richiesta al Dipartimento del Commercio Americano di porre limiti ai prodotti provenienti dai paesi asiatici.

Un primo effetto, se venissero bloccate le importazioni asiatiche, è quello di avere una invasione di prodotti dall'area asiatica dall'America all'Europa. Nello specifico poi per il nostro paese gli effetti sarebbero più rilevanti in quanto avendo già raggiunto per alcuni articoli già liberalizzati il 70% della quota d'ingresso ci troveremmo ad avere un quantitativo di prodotti cinesi in misura elevata senza poi contare le importazioni clandestine o provenienti da varie triangolazioni.

Per far fronte ad una possibile situazione che potremmo definire critica, e senza mettere in pista contromisure ai mercati nella loro naturale vocazione concorrenziale, per prima cosa bisognerebbe introdurre obbligatoriamente un marchio d'origine per i prodotti, qualunque sia la loro provenienza, allo scopo di tutelare la produzione dalle *contraffazioni*. Da parte dei paesi europei quindi occorre un coordinato piano d'azione con l'intento di mettere a punto un strategia comune per allentare la morsa di una possibile invasione di prodotti asiatici che passando tra le strette maglie della regolamentazione andrebbero a ridurre in modo sostanziale le quote del mercato europeo. Bisogna inoltre stabilire regole di mercato comuni sia per la zona *Euromed (Europa, NordAfrica)* che per gli Stati Uniti. Per non rimanere disarmati totalmente dal rischio Cina per il tessile europeo e per quello italiano che nell'arco degli ultimi nove mesi del 2004 per ordinativi e fatturato ha subito un calo del -14,7% (*dati Istat*), è necessario attuare un completo monitoraggio che all'atto delle importazioni renda obbligatoria la stampigliatura di provenienza geografica dei prodotti che entrano in Europa. Solo la stipula di accordi bilaterali o plurilaterali di libero scambio, sfruttando le norme già in vigore tra i paesi *paneuropei*, saranno in grado di far transitare liberamente lavorazioni e prodotti nei diversi paesi perché solo in questo modo si ripristina la libertà di mercato.

Altre sono le azioni da intraprendere per i paesi europei tra cui spicca la creazione di una comune piattaforma tecnologica con lo scopo di favorire la ricerca e sviluppo dell'area tessile. Per tutelare la proprietà intellettuale, come vedremo in seguito, andrebbe subito istituito un sito *web* europeo capace di fornire tutte le informazioni atte a segnalare la *tracciabilità* del prodotto e il suo percorso di lavorazione. A tal scopo vanno rafforzate le dogane attraverso un meticoloso processo di controllo su ogni prodotto importato privo di etichettatura assicurando in tal modo un processo di automatica transazione già a partire dal 1° gennaio 2005 per la nota scadenza dell'accordo *multifibre*.

Concorrenza.

Eccellenza è la parola magica a cui gli imprenditori italiani nel tessile e abbigliamento affidano le loro speranze per fronteggiare l'accentuata concorrenza per i prodotti che provengono dalle diverse aree asiatiche e in misura preponderante dalla Cina. Eccellenza nel produrre vuol dire racchiudere quattro priorità che sono: 1) ricerca , 2) innovazione , 3) formazione e 4) tutela del made in Italy.

Con l'avvento della *globalizzazione* la concorrenza nei mercati ha causato molti fenomeni di crisi. Se l'apertura ai mercati dei prodotti esteri è una pratica da accettare è altrettanto vero che la *globalizzazione* deve intendersi *sostenibile* rispetto ai principi della "*concorrenza leale*" piuttosto che a quella "*sleale*", come è avvenuto per la moda italiana. Una recente analisi della *Febeltex* (dal "Sole 24 Ore" del 30 Ottobre 2004) rileva che sin dal 2002 il comportamento aggressivo di alcuni paesi, tra cui in prima fila figura la Cina, non sempre si è ispirato alle regole di mercato. L'incremento dei prodotti liberalizzati dalla Cina nel solo 2002 è passato nella Ue dall' 83 al 168% mentre l'effetto sui prezzi ha registrato una diminuzione compresa tra il 42 e il 52%. E' proprio per questo preoccupante afflusso spesso incontrollato che nasce la richiesta da parte del nostro Paese e da altri dell'Unione Europea di congelare, prima della scadenza dell'accordo *multifibre*, i carichi delle quote importate in eccedenza per tutti i prodotti tessili ante 2004. Rimane inoltre di vitale importanza che la proposta italiana sulla *etichettatura* obbligatoria per le merci che entrano in Europa si concretizzi.

Tali misure devono essere attuate, come sostiene Paolo Zegna, Presidente del Sistema Moda Italia, immediatamente, perché "*molte aziende italiane*" potrebbero trovarsi senza nessuna difesa ed "*essere travolte da un'impossibile concorrenza di prezzo con la Cina*". Nuovi competitori si sono affacciati sui

mercati, con quote crescenti usando come arma vincente il prezzo grazie al minor costo del lavoro e da una imposizione fiscale di gran lunga inferiore rispetto a quella italiana e europea. Per rispondere a tale aggressiva concorrenza, numerosi marchi italiani hanno **delocalizzato** la produzione in altri paesi che offrono migliori condizioni sia in termini di prezzi che di costi, con effetti diretti e indiretti sulla filiera produttiva nazionale. Inoltre le imprese del tessile e abbigliamento si sono trovate ad affrontare una forma perversa di concorrenza sleale per il mancato rispetto di norme sulla tutela ambientale e responsabilità sociale a causa delle varie forme di **dumping** praticate da diversi paesi. Se è vero che non si può imporre a casa loro i nostri modelli di sviluppo sociale, è obbligatorio controllare e sanzionare quelle imprese estere che operano in casa nostra non concedendo autorizzazioni a quelle imprese che vogliono operare in Italia se non in regola con gli standard normativi previsti dalla legislazione sul lavoro e sulla sicurezza sociale. Come abbiamo detto, la **delocalizzazione** all'estero delle produzioni ha indebolito la struttura dei distretti, ma non sempre questa è la scelta vincente. Le imprese italiane devono tenere presente che hanno un'arma formidabile in più rispetto ad altri concorrenti stranieri : il vantaggio culturale del prodotto tramandato di generazione in generazione, le cui conoscenze e la cui artigianale professionalità costituiscono un punto di forza esclusivo per competere.

Contraffazione , Tracciabilità , Etichettatura .

Il problema della **contraffazione** e delle importazioni illegali di prodotti tessili e abbigliamento è diventato un fenomeno che oggi pesa per 500 miliardi di euro l'anno per un quantitativo che è pari al 6-7% della produzione mondiale totale. Solo quest'anno le operazioni **anti-contraffazione** messe in atto dalla Guardia di Finanza sono state 20.000 con 8,8 milioni di pezzi sequestrati e 7 mila persone denunciate per un giro d'affari che oscilla dai 3 ai 7 miliardi di euro. Per l'Italia c'è una vera e propria emergenza contraffazione tant'è che, dopo il Belgio, risulta essere il secondo Paese in Europa per numero di merci sequestrate. Se il male esiste occorre trovare una terapia: la prima "**medicina**" può essere un piano d'azione comune tra imprese e agenzie doganali con una banca dati in grado di poter individuare le caratteristiche dei prodotti dal lato della loro **tracciabilità** e origine paese.

Tale banca dati, gestibile da un'agenzia europea sovranazionale, deve essere condivisa con altre dogane al fine di fornire un sistema informatico **interfacciabile** per un pronto controllo sui prodotti importati verificando marchio d'origine e **tracciabilità** del prodotto. Per ciò che concerne i prodotti che arrivano dalla Cina o da altre aree asiatiche l'organizzazione mondiale del commercio (W T O) dovrà promuovere e far applicare alle nazioni aderenti regole comuni di legalità con precise responsabilità da parte di chi deroga al fine di poter avere trasparenti rapporti di import e export. E' urgente introdurre un marchio "**made in Eu**" il cui scopo è quello di difendere la produzione europea da qualsiasi contraffazione. Ad oggi non esiste un marchio d'origine del prodotto ma solo labili proposte ferme alla Commissione Europea.

Una di queste che a nostro giudizio va scartata è quella d'introdurre un sistema di marcatura volontaria che non cambierebbe nulla rispetto alla situazione attuale. Bisogna invece mandare a regime un sistema di marcatura obbligatoria sia per i prodotti importati che per quelli di fabbricazione europea. Occorre però far chiarezza sul tema di marchi obbligatori specialmente per il marchio obbligatorio "**CCC**" (**China Compulsory Certification**). Il marchio in questione viene rilasciato dalle competenti autorità cinesi ed è obbligatorio a partire dall'agosto 2003 su prodotti importati ed esportati, in particolare per materiali elettronici ed elettrotecnici in modo da certificare gli standard di sicurezza, compatibilità elettromagnetica e protezione ambientale. Le aziende del settore stanno incontrando notevoli difficoltà per il riconoscimento del marchio cinese. A questa difficoltà va ad aggiungersi una manifesta confusione con la marcatura "**CC**" (Conformità **Européenne**), la quale indica che il prodotto è conforme alle direttive europee sulla certificazione e l'acronimo "**CE**", inteso come "**China Export**": ciò non può altro che creare confusione per i dovuti riscontri di affidabilità e sicurezza tra i prodotti cinesi ed europei. Per quanto detto onde evitare sovrapposizioni di sigle va modificato il sistema di marcatura. Va inoltre detto che il marchio "**CE**", a differenza di quello cinese, **autocertifica** la qualità del prodotto per cui il nodo della questione non è tanto sulle difficoltà da parte delle imprese di ottenere la certificazione cinese per i

prodotti elettronici ed elettrotecnici ma semmai istituire regole comuni di conformità qualitativa con la Cina.

Concorrenza sleale in Italia: Cina ed altri Paesi.

Il numero delle imprese italiane che hanno come titolare un cittadino straniero sta crescendo a ritmi sorprendenti, specialmente nelle Marche e in Emilia Romagna. La provincia con maggiore concentrazione di imprese tessili cinesi è Reggio Emilia (403). L'impresa tipica nel tessile è composta da 9-10 addetti. Le aziende di questo tipo sono diventate in pochi anni nell'intera regione circa mille. Ciò significa che il personale ai laboratori raggiunge la cifra di circa novemila unità (compresi titolare e familiari). Quello che preoccupa non è tanto dato dai lavoratori in regola ma soprattutto dagli irregolari (un cinese su tre). Bisogna sensibilizzare gli imprenditori cinesi spiegando loro che rispettare le regole e sfruttare le opportunità che offre il mercato (servizi, credito, protezione sociale, consulenza) costituisce la base di una competizione seria il cui vantaggio tutto sommato porterà benefici anche alle loro aziende. Per togliere spazio alla concorrenza cinese, la cui legalità di comportamento è discutibile, le imprese italiane devono uscire da nicchie di mercato povere in termini di prezzi e agire in segmenti di alta qualità dov'è particolarmente apprezzato il "*made in Italy*".

Investire in Cina.

Bisogna eliminare una diffidenza culturale nei confronti della Cina, togliere una tendenza conservatrice italiana per gli investimenti esteri e puntare sul rilancio degli stessi alla stessa stregua di altre aziende americane ed europee. L'Italia ha sì aumentato gli investimenti diretti in Cina ma, se confrontati con altri Paesi, raggiungono un'insignificante percentuale (0,32% nel 2003), ben poca cosa nel giro d'affari che si stima tra i 50-60 miliardi di dollari che si avranno a fine 2004. In Cina attualmente operano circa 500 aziende italiane ma per lo più si tratta di uffici di rappresentanza. E' sì vero che l'immagine italiana è legata al nome della Ferrari o al fascino dell'alta moda (Armani, Gucci, Ferragamo, Tod's) o al settore degli elettrodomestici (Merloni), ma sono completamente assenti le piccole e medie imprese che ancora faticano a insediare i loro impianti in quanto si sentono, per un nostro colpevole e decennale ritardo politico, disorientate nell'avere risposte concrete su come investire, con quali politiche di marketing agire, e come interpretare le leggi cinesi per produrre in loco e attivare rapporti di *partnership* con gli operatori dei diversi distretti di Pechino o Shanghai.

La Cina è un mercato complesso e vastissimo con un prodotto nazionale lordo (Pil) che cresce del 9% all'anno. Le spese per i beni primari e per il lusso raggiungono cifre decisamente ragguardevoli con incrementi percentuali di anno in anno del +9,6% raggiungendo addirittura percentuali a due cifre nella telefonia e in internet. La sorprendente crescita del Pil darà ai cinesi maggior potere d'acquisto e con una popolazione che si aggira sul miliardo e mezzo di potenziali acquirenti, anche se non tutti possono accedere a prodotti di alta fascia, la Cina offre una grande opportunità di sviluppo alle imprese straniere specialmente nei settori del lusso e nella messa in opera di infrastrutture industriali e viarie. Occorre ricordare che in Cina, al di là dei potenziali acquirenti, esistono già 70 milioni di persone con un reddito *pro capite* che si avvicina a quello europeo e che possono creare un forte *business* per il mercato del tessile abbigliamento di moda italiana.

Il "*made in Italy*" deve però trovare soluzioni produttive e distributive nel mercato cinese non alterando il consolidato patrimonio italiano di stile e qualità nell'abbigliamento e nel pregio dei tessuti. Per la distribuzione bisogna creare piccole catene di negozi nelle zone di Pechino e Shanghai allestendo vere e proprie vie della moda. E' questo è il momento di trasferire il nostro *know-how* in Cina perché è caduta la grande muraglia che per decenni aveva sbarrato l'ingresso agli operatori stranieri. Infatti è già vigente, sebbene i tempi attuazione non saranno brevi, una legge che consentirà alle aziende d'oltre mare d'importare, esportare, vendere merci prodotte localmente o in altri Paesi per conto proprio senza più affidarsi ad un *partner* cinese. Le leggi così dette aprì mercato sono due: la prima con efficacia immediata

che va a risolvere i problemi a valle (distribuzione); la seconda che entrerà in vigore dal primo luglio prossimo che di fatto andrà a scardinare il potere assoluto delle “*trading company*”, finora unico soggetto autorizzato a svolgere attività di *import-export* in Cina (le aziende straniere potevano farlo ma solo nell’ambito della propria attività produttiva). L’aver tolto questo vincolo permetterà a chiunque di fare *import-export* ottenendo una semplice registrazione da parte del Ministero del Commercio Cinese.

Detta liberalizzazione finalmente ha fatto cadere le due opzioni alternative per le aziende a capitale straniero che erano legate alla possibilità di costituire società nella sola zona franca (*Fuzion*), le cui merci che transitavano in aree a regime fiscale speciale potevano solo successivamente entrare nel mercato domestico gravate da dazi doganali in entrata. L’altra opzione era quella di realizzare una *joint venture* con un operatore cinese. La strada era però molto onerosa per la richiesta di elevati requisiti patrimoniali che solo grandi imprese potevano permetterselo (Carrefour, Metro, Wal-Mart). Anche questo vincolo è venuto meno perché sulla base della nuova legislazione cinese è sufficiente investire con una dotazione patrimoniale di 40.000 \$ per operare al dettaglio e 60.000 \$ per l’ingrosso con la possibilità di avere il 100% del controllo sul capitale.

Innovazione Tecnologica Ricerca e Sostegno Pubblico.

Nella nostra Regione (ma non solo) il maggiore numero delle imprese nei settori tessile, cuoio-pellami-calzature, abbigliamento, operano prevalentemente in regime di *sub-fornitura* con marcate specializzazioni lungo la filiera produttiva le cui lavorazioni, affidate da vari committenti, vengono svolte da diverse *micro-imprese*. Produrre in tal modo, cioè senza una autonoma produzione e un proprio *marchio-mercato*, pone tali imprese ad essere le prime a subire crisi di settore per effetto della *delocalizzazione*. La posizione di debolezza della piccola impresa spesso è legata ad una situazione di “*subalternità strategica*” determinata dalla difficoltà di definire in loco una propria linea produttiva tecnologicamente avanzata in grado di coniugare *design e creatività*.

Le linee di sviluppo tecnologico non possono però non essere accompagnate dal sostegno pubblico. Il sostegno pubblico alle imprese è in fase di aperto dibattito; è in discussione l’abolizione dei finanziamenti dati a fondo perduto alle imprese con il criterio della destinazione a pioggia trasformandoli in prestiti a lungo termine a tassi agevolati garantiti dallo Stato. Sono in programma interventi fiscali da parte del Governo riducendo la base imponibile dell’imposta *Irap* con uno sgravio di 20 mila € per ogni dipendente assunto (40.000 € per le imprese del sud). E’ inoltre prevista un’area esente di 15.000 € per le imprese la cui base imponibile (fatturato) non deve superare le 181.000 € e la completa abolizione dall’imposta *Irap* sul costo del lavoro per i ricercatori. Se meritoria è la linea di interventi a sostegno delle imprese per le agevolazioni fiscali e per finanziamenti, vanno però mantenuti gli incentivi a fondo perduto per la *ricerca e sviluppo* al fine di rilanciare la capacità creativa e la competitività tecnologica delle aziende sia medio grandi che piccole.

Non a caso nella legge quadro 297/’99, l’articolo 6 era rivolto specificatamente al sostegno della ricerca di base che, sebbene sia a più alto rischio, è però maggiormente innovativa in termini strategici, specialmente per la creazione di nuovi campionari. Se la ricerca di base e applicata costituisce motore di sviluppo per nuove tecnologie, dobbiamo però rilevare che i finanziamenti per il nostro Paese sono del tutto insufficienti (0,9% del Pil), se paragonati a quelli di europei (media 2%) o negli Stati Uniti e Giappone che addirittura sono doppi rispetto agli europei. Parlare di rilancio della ricerca nel nostro Paese è ancora lontano se solo si tiene presente che almeno 1.500 progetti restano ancora in *stand-by* al Miur. Le risorse attribuite al *Far* (*fondo agevolazione alla ricerca che fa capo al Miur*) stanziato nel 1985 per 1.800 miliardi di vecchie lire sono state per il biennio 2002-2004 assegnate per soli 605 miliardi. La stessa sorte è toccata al fondo *Fit* (*fondo innovazione tecnologica gestito ministero delle attività produttive*), in cui a fronte di risorse (legge 46/’82, art.14) stanziato sin dal 1985 per un ammontare di 7.616 miliardi di lire l’effettiva erogazione per le imprese che avevano presentato progetti d’innovazione tecnologica è stata di 1.840 miliardi. Discutere sui lunghi tempi della burocrazia statale è come leggere un libro di infinite pagine, ma è proprio da questa grave inefficienza, per quanto riguarda il sostegno pubblico, che la crisi del settore tessile e abbigliamento si fa sentire in tutti i suoi aspetti.

Organizzazione Aziendale e Reti d'Impresa

Oggi viviamo nella società delle conoscenze informatiche e, per le nostre aziende, il vantaggio competitivo sui mercati è dato dal possesso di maggiori informazioni circa il dinamico cambiamento nei gusti o mode dei consumatori. La “**conoscenza**” per il settore del tessile e abbigliamento deve essere intesa come pronta matrice di cambiamento coniugando il fattore di creazione, ancora proposto in modo tradizionale, con le strutture tecnico informatiche capaci di rendere flessibili i tempi di produzione con i tempi di mercato (**lean-production, time to market**).

Se le conoscenze tradizionali fanno parte inscindibile del patrimonio delle imprese tessili, per quanto riguarda le tecniche di produzione occorre investire in tecnologie avanzate a più alta automazione (**cad, cam, sistemi a rete**) perché, seppur lasciando inalterata l'arte del fare in maniera artigianale, il più elevato grado di produttività, garantito da nuove tecnologie, non può che fornire un maggiore valore aggiunto sull'intero processo produttivo con effetti positivi sui costi, prezzi e qualità. Se l'automazione dei processi è una condizione necessaria per potere competere sui mercati, occorre però essere **efficaci ed efficienti** nell'intera catena della produzione proponendo una più ampia gamma di prodotti e lavorazioni esterne.

Per queste ultime va poi tenuto presente che il committente è sempre più orientato ad una selezione dei fornitori privilegiando quelli che sono in grado di realizzare più processi di filiera o addirittura intere collezioni. Questo cambiamento di partecipazione alla produzione rappresenta però un alto grado di criticità per la sopravvivenza delle piccole imprese che limitano l'attività ad una sola specifica lavorazione o servizio. Bisogna con progetti condivisi favorire la nascita di **network di imprese** con sistemi a rete in grado di percorrere l'intero processo della filiera fissando strategie comuni articolate sul territorio. Il processo richiamato è quello della catena della fornitura (**Supply Chain**). L'integrazione tra imprese sarà possibile se si creeranno comuni **interfacce** informatiche (**consorzi di distretto**), realizzando un sistema a rete connessa con i vari **terzisti** della filiera. Si deve entrare in una nuova visione della logistica d'impresa promuovendo nuove competenze organizzative e modalità operative al fine di creare sinergie comuni nei vari processi gestionali innescando reciproci rapporti di vantaggio (**win, win**) tra le imprese della intera filiera produttiva.

Conclusioni.

Attualmente l'imprenditoria delle **Pmi** sta attraversando un interessante momento. Deve decidere se cedere di fronte al mercato globale, se rassegnarsi a magri margini di redditività in una estenuante lotta alla sopravvivenza quotidiana, se rifugiarsi in nicchie (magari ridimensionandosi), se rimanere in attesa di qualche evento. Insomma deve prendere una decisione tra più possibilità per dare un futuro alle aziende.

A nostro parere vale la pena di pensare ad esigenze di mercato più esplicite e ad una più ampia e diversificata offerta associata ad un generale potere di acquisto che si è ridotto. Varrebbe la pena tenere in considerazione segnali di questo genere :

- 1) La **delocalizzazione** all'estero delle produzioni ha indebolito la struttura dei distretti industriali. La logica del prezzo non ha tenuto in considerazione il vantaggio di una cultura del prodotto fatta dalle piccole e medie imprese e dalla tradizione tramandata da generazione a generazione. A medio-lungo termine le imprese di abbigliamento non saranno più in grado di continuare a produrre in Italia se non avviene un ricambio generazionale tra le maestranze del settore, altrimenti produrre altrove non sarà più una scelta imprenditoriale ma una necessità.
- 2) La rete di distribuzione patisce la concorrenza sleale di prodotti **griffati, contraffatti, copiati** a prezzi stracciati per cui qualità e prezzo dei nostri prodotti si scontrano con vari **competitor** stranieri che, sul **modello pronto moda**, non pagano i costi di sviluppo e sfruttano canali produttivi più economici.
- 3) Si richiedono politiche comuni per sopperire ad una incapacità di consorzarsi, perché i mercati si conquistano con l'unione investendo all'estero con nuovi modi di intraprendere la finanza (Confidi) e la

tecnologia (piattaforme comuni), con una politica di distretto industriale che si deve allargare oltre confine superando l'individualismo delle piccole imprese che da sole non sono in grado di superare l'attuale fase congiunturale negativa del settore

4) La tanto citata innovazione tecnologica in alcuni casi sembra più essere una lettera d'intenti visto che per le piccole imprese ancora la sub-fornitura rappresenta la principale fonte di produzione per cui il gap tecnologico tende sempre più a ridursi a causa di questa scelta produttiva.

5) Cina come qualsiasi paese emergente. Non è pensabile imporre a casa loro i nostri modelli di tutela ambientale o di protezione sociale alle persone, l'importante che vengano rispettati a casa nostra. Basta far chiudere quelle aziende che non seguono le normative italiane; solo a quel punto si potrà vedere una sana competizione.

Bisogna riprendere il "*made in Italy*" come simbolo di creatività e di cultura. A costo di rinunciare agli ampi margini economici di un tempo, che hanno dettato le scelte strategiche di questi ultimi anni. Ricostruire i distretti valutando l'investimento a lungo termine, incentivando la *micro imprenditorialità* a riprendere il vigore di un tempo, riprendendo la compartecipazione cliente/fornitore alle scelte progettuali e rinnovando quel modello a rete, base di sviluppo e di predominio del sistema moda italiana nel mondo.

La competitività non deve essere solo legata al prezzo ma anche alla capacità di dare varietà e servizio. Il sistema moda non è più in grado di fronteggiare il difficile mercato di fascia bassa; è pertanto necessario spostarsi su quello più remunerativo nella fascia *medio-alta*. E' su quest'ultima fascia che le aziende italiane devono puntare superando in tal modo altre aziende straniere sia sul piano della creatività che su quello dello stile prodotto, entrambi punti di forza del nostro *made in Italy* nel mondo. L'ingegno italico in momenti di crisi è sempre pronto a ripartire, ci stupiremmo se il sistema moda anche questa volta non fosse in grado di risalire la "china" (perdonate il gioco di parole).