

4. Abbigliamento

Industria dell'abbigliamento

Ateco 18.1, 18.21, 18.22, 18.23, 18.24.2, 18.24.3

Anche il 2004 viene archiviato con risultati deludenti per l'industria dell'abbigliamento in tessuto. Il mercato interno ha continuato a caratterizzarsi per una situazione di stagnazione dei consumi, ascrivibile sia a fattori macroeconomici sia ai «tradizionali» effetti di sostituzione con altre tipologie di consumi (beni durevoli e prodotti *hi-tech* in particolare). Per quanto riguarda i flussi di commercio estero, le esportazioni hanno registrato una lieve flessione in valore (-0,4%), con alcuni mercati cruciali per il settore, come Germania e Stati Uniti, che hanno continuato a perdere terreno. Le importazioni, viceversa, hanno continuato a crescere (+2,8%). Questi andamenti si sono riflessi in un ulteriore assottigliamento dell'attivo commerciale settoriale (sceso sotto la soglia dei 3,8 miliardi di euro).

Tab. 4.1 - Industria dell'abbigliamento: Scambi con l'estero

Prodotti	Importazioni			Esportazioni		
	2003	2004	Variaz. %	2003	2004	Variaz. %
Valori (milioni di euro)						
Vestiario esterno uomo	1.731	1.826	+ 5,5	2.506	2.501	- 0,2
Vestiario esterno donna	1.701	1.732	+ 1,8	3.749	3.743	- 0,2
Camiceria uomo	424	369	-13,0	438	405	- 7,5
Abbigliamento intimo	300	308	+ 2,7	370	309	-16,5
Accessori (a)	106	120	+13,2	565	552	- 2,3
Altri	748	795	+ 6,3	1.307	1.389	+ 6,3
Totale	5.010	5.150	+ 2,8	8.935	8.899	- 0,4
Quantità (tonnellate)						
Vestiario esterno uomo	103.787	109.358	+ 5,4	46.483	44.150	- 5,0
Vestiario esterno donna	159.450	98.042	-38,5	51.218	52.751	+ 3,0
Camiceria uomo	24.426	18.618	-23,8	6.925	6.418	- 7,3
Abbigliamento intimo	22.838	22.485	- 1,5	8.735	7.188	-17,7
Accessori (a)	5.066	7.738	+52,7	5.423	5.086	- 6,2
Altri	74.963	84.646	+12,9	53.513	57.425	+ 7,3
Totale	390.530	340.887	-12,7	172.297	173.018	+ 0,4

(a) Cravatte e foulard.

Fonte: elaborazioni Sistema Moda Italia su dati Istat.

L'analisi dei flussi commerciali nelle diverse aree di scambio evidenzia i migliori risultati sui mercati dell'Ue 15 (+1,4%, con una quota del 45,4%). Nei paesi dell'Ue 25 (che hanno assorbito il 47,6% delle vendite estere totali) il 2004 si è chiuso con esportazioni in leggera flessione rispetto ai livelli dell'anno precedente (-0,4%). I dieci nuovi mercati (che hanno rappresentato solo il 2,1% dell'export totale) hanno sperimentato, quindi, una

brusca contrazione (-28,1%). A livello di singolo paese, si segnalano gli ulteriori cedimenti delle vendite dirette in Germania (-4,8%), secondo mercato di sbocco per le aziende italiane dopo gli Stati Uniti. Qualche timido incremento ha, invece, caratterizzato l'export diretto in Francia (+1,6%). Nell'ambito dell'Ue a 15 membri, solo la Spagna e la Grecia hanno presentato un aumento significativo dei loro acquisti di *made in Italy* (rispettivamente +9,5% e +7,5%).

Fuori dalla Ue, escludendo i flussi diretti in Svizzera (originati in massima parte da operazioni infra-industriali), il mercato complessivamente più dinamico è stato ancora quello russo, dove le esportazioni italiane sono aumentate ad un buon tasso (+9,3%) ed i flussi complessivi — pur sottostimati, dato l'elevato peso delle triangolazioni commerciali — fanno della Russia l'ottavo mercato di sbocco per il settore.

Ancora deludente è stato, invece, il bilancio delle vendite negli Stati Uniti (-5,1%), complice l'apprezzamento dell'euro sul dollaro. I paesi asiatici hanno assorbito il 12,7% delle esportazioni italiane (ma tale quota è risultata in discesa rispetto al 14,1% dell'anno precedente): il mercato giapponese (di gran lunga il più rilevante nell'area) ha continuato a presentare una contrazione (-8,3%) e il contributo negativo della zona è stato ulteriormente aggravato dai cedimenti che hanno caratterizzato i flussi diretti ad Hong Kong (-7,9%), Corea del Sud (-31,3%) e Taiwan (-10,1%). Il ruolo della Cina come mercato di sbocco si è, invece, confermato marginale: nel 2004 la Cina è stato il 40° mercato di sbocco per i prodotti italiani di abbigliamento, collocandosi dietro paesi come Albania, Messico e Irlanda. Anche tenendo conto di eventuali triangolazioni, risulta quindi del tutto evidente come il mercato cinese risulti ancora un'opportunità riservata a pochissime imprese di fascia alta ed altissima e che continui, invece, a risultare sostanzialmente impenetrabile per la maggioranza delle piccole e medie imprese italiane.

Tab. 4.2 - Industria dell'abbigliamento: Scambi con l'estero dell'Italia con i principali paesi

2003		2004	
Paesi	Quota % (a)	Paesi	Quota % (a)
Principali paesi di provenienza			
Cina	19,7	Cina	20,3
Romania	19,0	Romania	16,5
Tunisia	8,7	Tunisia	9,0
Francia	4,8	Francia	5,3
India	4,1	India	4,3
Paesi Ue 15	17,9	Paesi Ue 15	18,4
Principali paesi di destinazione			
Stati Uniti	12,4	Stati Uniti	11,8
Germania	10,9	Germania	10,4
Francia	9,6	Francia	9,8
Svizzera	8,6	Svizzera	9,8
Giappone	6,8	Giappone	6,3
Paesi Ue 15	44,6	Paesi Ue 15	45,4

Fonte: elaborazioni Sistema Moda Italia su dati Istat.

Nel 2004, il valore dei prodotti di abbigliamento importati dall'Italia ha superato la soglia dei 5,1 miliardi di euro (+2,8%). A livello di aree, il contributo più rilevante alla crescita delle importazioni è venuto, ancora una volta, dall'Asia, con la Cina che ha continuato a fornire all'Italia il 37% dei prodotti di abbigliamento importati (il dato si riferisce

ai quantitativi, in valore la quota della Cina è risultata del 20,3%). A soffrire maggiormente la concorrenza cinese sono stati, nel 2004, i due tradizionali fornitori del mercato italiano: Romania e Tunisia. Nel primo caso le importazioni si sono ridotte del 10,4% e nel secondo caso è stato, invece, registrato ancora un aumento (+6%).

Le modifiche delle principali direttrici commerciali (anche prima del gennaio 2005, quando l'accesso al mercato Ue dei prodotti cinesi è stato esteso a tutti i prodotti del settore) negli ultimi anni sono state molto evidenti. Con riferimento ai quantitativi, ad esempio, nel 2001 il 18,7% delle importazioni italiane proveniva dalla Romania, mentre la quota di mercato della Cina non superava il 14,1%. Quattro anni dopo, il peso relativo del colosso asiatico è aumentato al 20,3%, mentre quello della Romania è sceso al 16,5%. Dietro questi cambiamenti si individuano anche i mutamenti nelle strategie di *sourcing* e di *manufacturing* delle aziende italiane che hanno optato per uno spostamento delle proprie basi produttive estere verso la Cina. Anche l'India è risultata, comunque, in crescita: il paese è il quinto fornitore dell'Italia, con una quota di mercato, in quantità, del 4,5% circa. Le imprese turche hanno continuato a ottenere, in Italia, risultati molto positivi (+9,9% l'aumento delle importazioni italiane in valore) e si sono garantite una buona quota di mercato (4% circa nelle quantità). Un contributo non marginale all'aumento delle importazioni italiane è, infine, venuto anche dai paesi dell'Ue 15, in particolare dalla Francia (+13,7%) e dalla Germania (+9,6%).

