



La competitività Internazionale: Il caso del Tessile e Abbigliamento

Michele Tronconi
Presidente di Sistema Moda Italia

Castellanza, 05/03/2010

Di cosa parleremo

- Il punto di vista Associativo sulla Competitività Internazionale
- Perché esportare?
- Il caso del Tessile e Abbigliamento Italiano: perchè siamo ancora competitivi?
- La globalizzazione: prima e dopo la crisi
- Verso quale competitività?

Il punto di vista Associativo

FUOCO TEMATICO

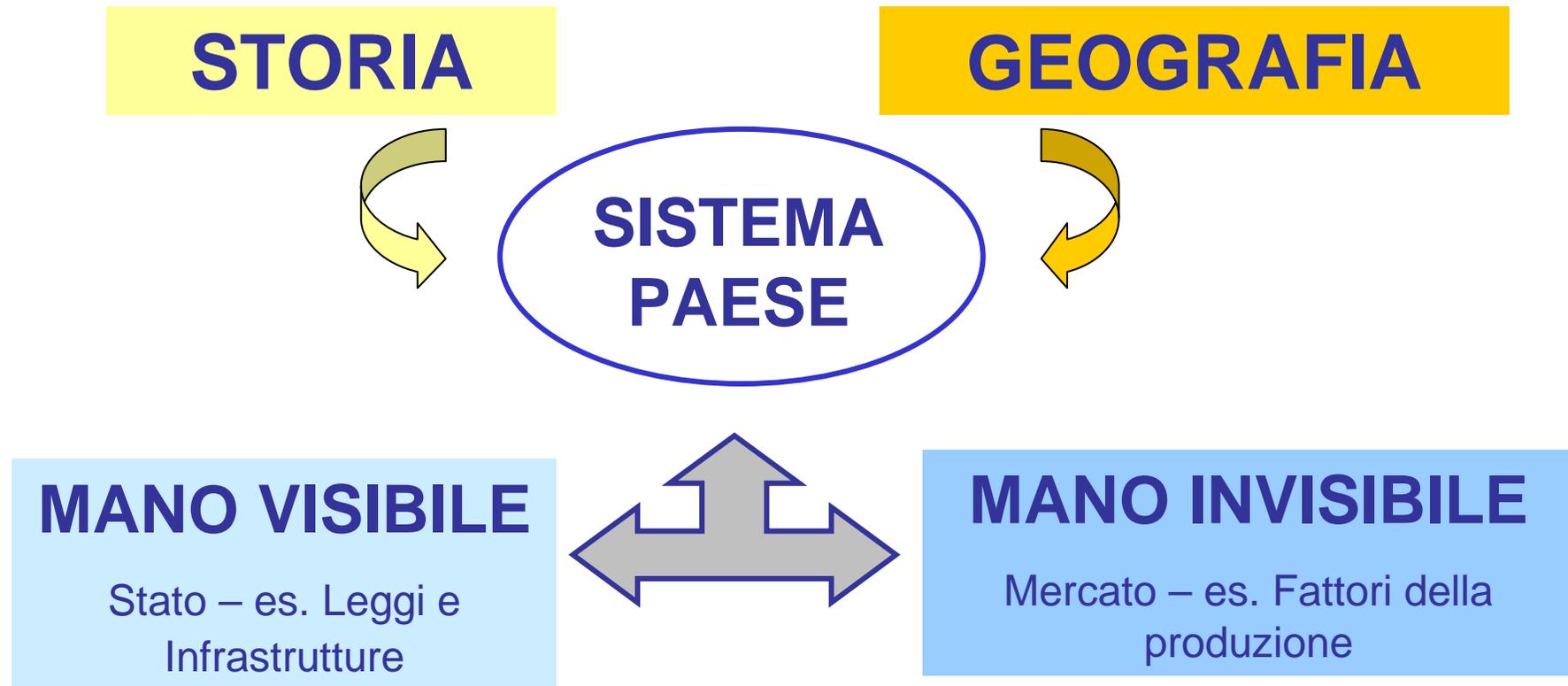
➔ CONDIZIONI DI CONTESTO

- Interno (Sistema Paese)
- Esterno (es. UE, WTO; regolamentazione scambi)

➔ PROMOZIONE

- Missioni esplorative (anche *BtoB*)
- Organizzazione Fiere

Cosa intendiamo per Sistema Paese



Chi compete?

Sono le **Imprese** che competono sui
Mercati Internazionali ... Ma sono
condizionate, nel bene e nel male, dal
Sistema Paese



Le Imprese possono controllare alcuni
aspetti, mentre possono cercare di
rafforzare le condizioni positive e di
mitigare quelle negative.

Perché esportiamo?

Teoria Mercantilista



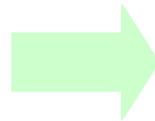
Max Export e Min Import
Max Riserve auree
Supremazia internazionale

Teoria Libero Scambio



Dal Vantaggio Assoluto al
Vantaggio Comparato
Min Px consumo
Max Surplus consumatore
Sviluppo Economico
Pace internazionale

**Teoria Marxista (ciclo
economico)**



Sovraproduzione
Imperialismo economico

Perché esportiamo?

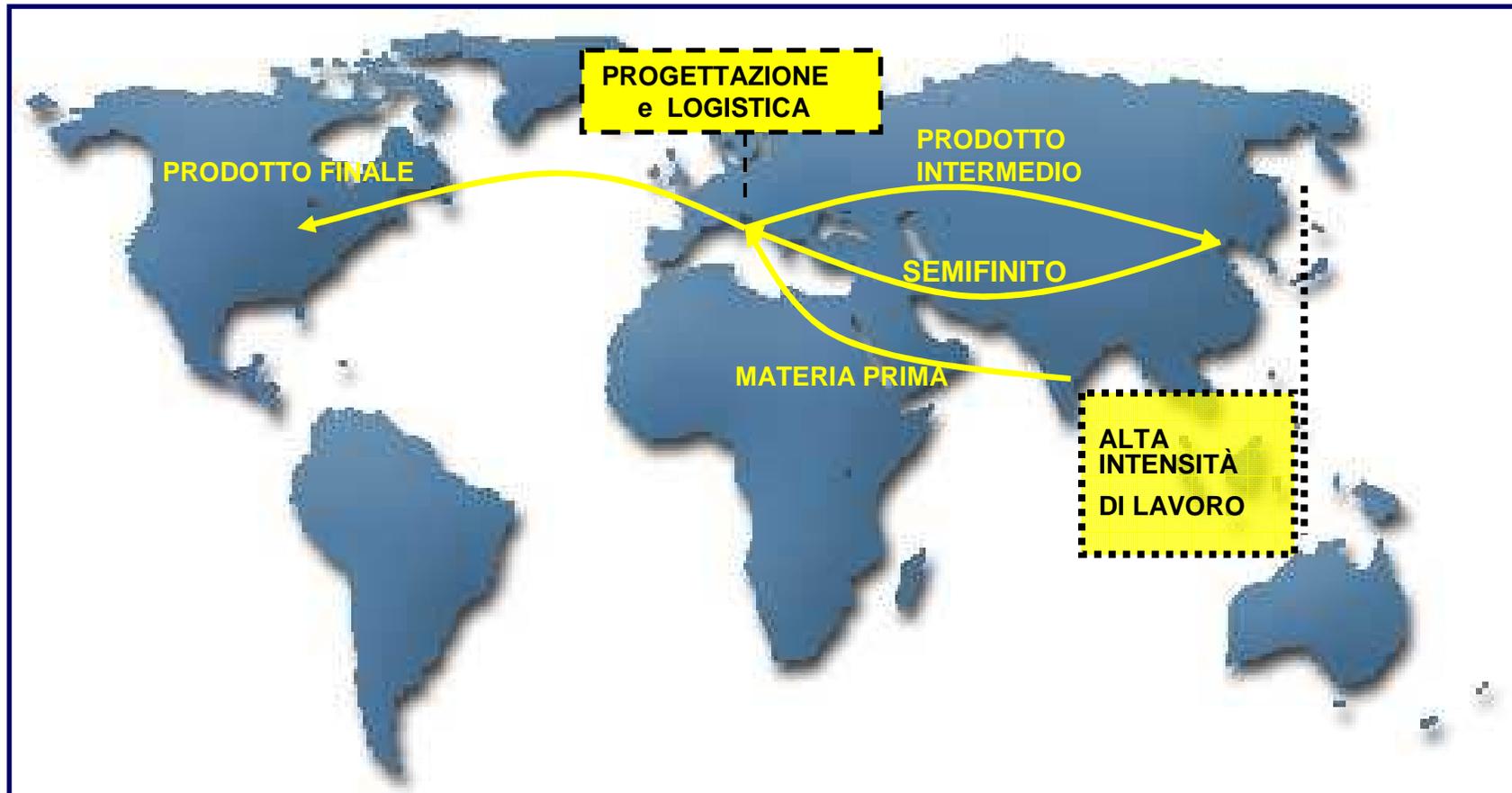
Queste teorie spiegano non solo “perché” esportiamo”, ma anche “**che cosa**”.

Critiche alle **vecchie teorie**:

- Richiedono delle premesse irrealistiche (es. concorrenza perfetta ovunque; beni omogenei; parità e fissità della tecnologia; identità istituzionali);
- Errori di predizione (es. paradosso di Leontief);
- Non spiegano il commercio intra-settoriale.

Nuove Teorie (es. Economie Esterne e Vantaggio Competitivo; Task Trade)

Che cos'è il TASK TRADE



Perché esportiamo?

Il punto di vista delle Imprese:

- Espansione Vendite (fuga dalla concorrenza interna);
- Bilanciamento congiunturale su più mercati;
- Innesco retroazioni positive (se vendo su certe piazze, alimento la reputazione su altre);
- Bilanciamento valutario dei flussi import-export;
- Discriminazione dei prezzi (anche verso l'alto);

Perché esportiamo?

Il punto di vista delle Imprese

- Imprese *branded* PUBBLICITA'
- Imprese *middle-branded* PROMOZIONE
- Imprese *un-branded* REPUTAZIONE

Il ruolo del Tessile-Moda nell'industria italiana

Peso TM su manifatturiero

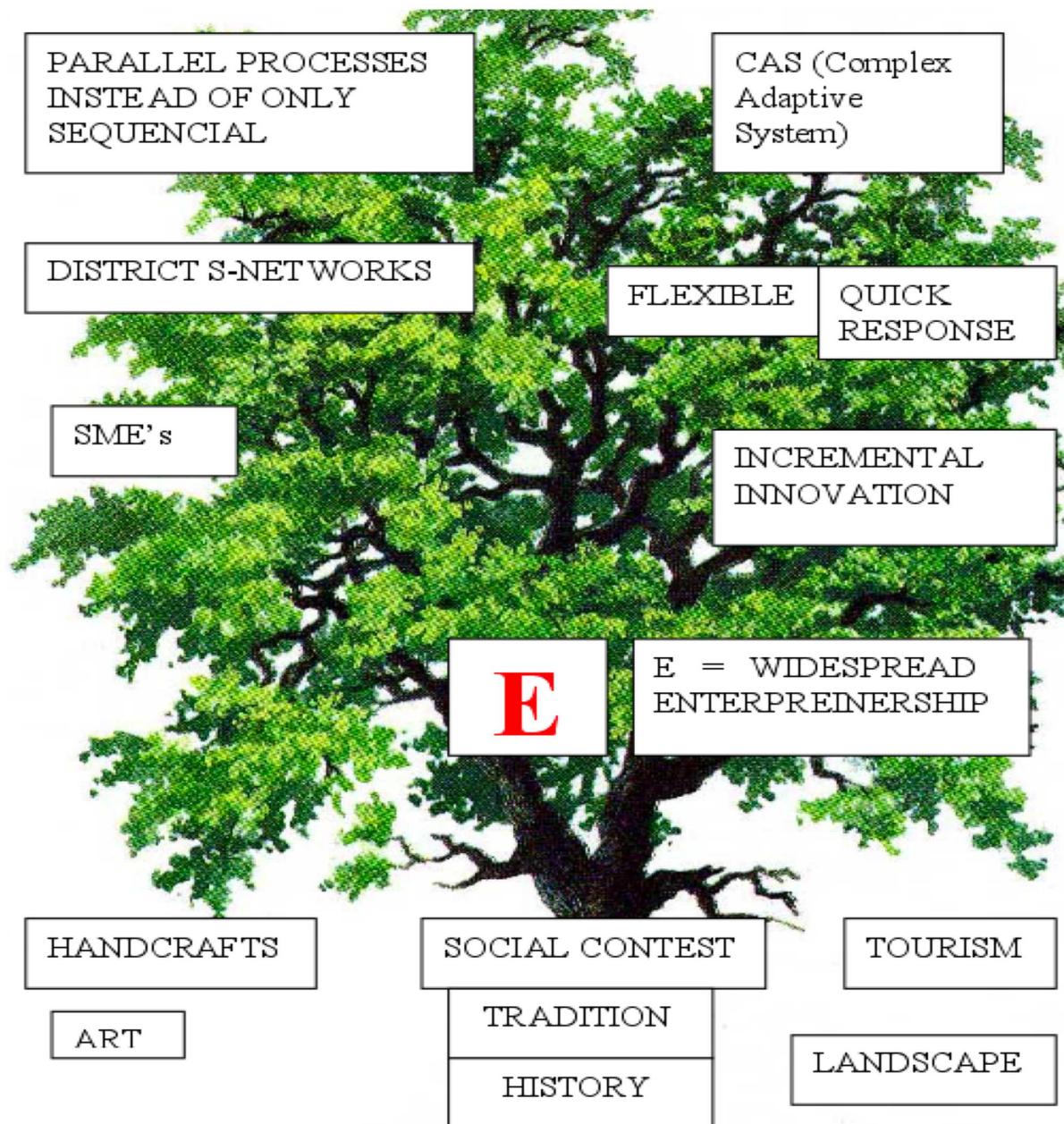
(%)	
<hr/>	
	2008
<hr/>	
Valore Aggiunto	8,4
Occupazione	11,6
Esportazioni	7,8
Saldo commerciale	16,0

Saldi commerciali

(Mld. euro)	
<hr/>	
	2008
<hr/>	
Meccanica strumentale	44,0
Gomma, plastica, minerali non metalliferi	11,4
Tessile-Moda	10,0
Apparecchi elettrici	9,1
Arredo	7,4
Coke e prodotti petroliferi raffinati	6,8
Pelletteria	6,2
Orificeria e bigiotteria	3,2
Metallurgia	0,8
Altre attività manifatturiere	0,2
Legno, carta e stampa	-2,7
Farmaceutica	-2,6
Alimentari, bevande e tabacco	-3,2
Mezzi di trasporto	-3,3
Sostanze e prodotti chimici	-9,7
Computer ed elettronica	-13,1
INDUSTRIA MANIFATTURIERA	64,2

Fonte: SMI su ISTAT

THE CULTURAL DIMENSION OF MADE IN ITALY



Principali dimensioni per capire il made in Italy

- La **frammentazione** si ricompone all'interno dei Distretti Industriali attraverso il senso sociale di appartenenza, la conoscenza di contesto, la specializzazione e l'integrazione informale. Parliamo delle cosiddette "economie esterne di scala", che sono una delle principali chiavi per capire veramente le differenze nelle performance economiche tra i Paesi
- Inoltre esiste una seconda e più specifica ragione per spiegare non soltanto il successo, ma anche la necessità della frammentazione. Riguarda l'evoluzione del Fashion Business.

Focus sulla Moda

La Moda, per certi versi, ha risolto il problema della saturazione del mercato.

Ma consideriamo come funziona:

- ✓ esiste qualcuno che può controllare la Moda?
- ✓ chi può dire che qualcosa sarà “fashionable”, e quanto sarà venduto un certo prodotto?
- ✓ chi inventa la nuova moda?

Focus sulla Moda

Le principali caratteristiche della Moda nel primo periodo dell'età moderna sono riconducibili a:

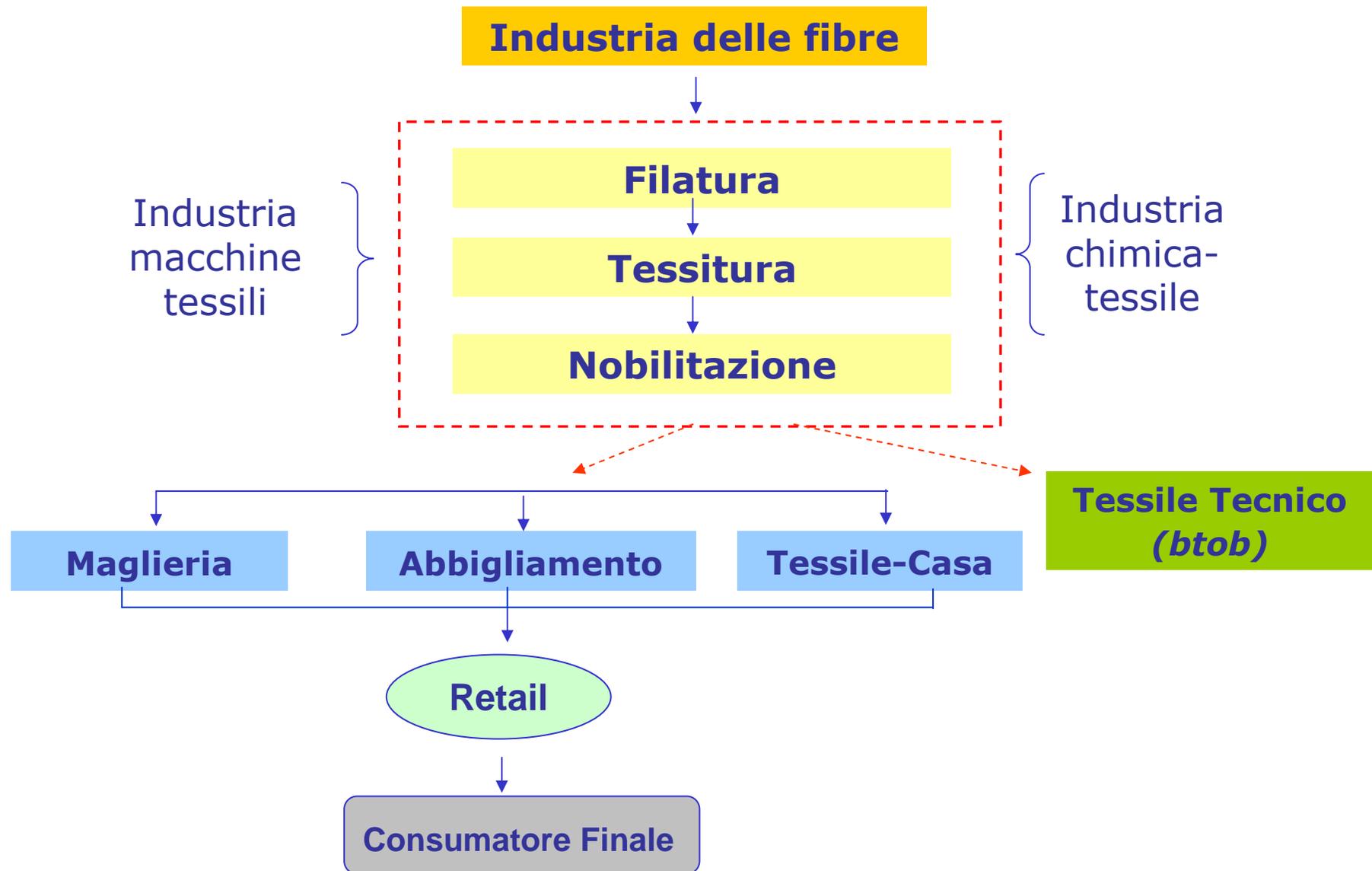
- Ampia diffusione tra la popolazione; grandi mercati – ma segmentati geograficamente;
- Risponde ai bisogni di identificazione, più che di distinzione;
- Assorbe una logica industriale di tipo “push”;
- Permette produzioni su vasta scala di prodotti standardizzati;
- Ciclo di vita del prodotto lungo spesso più che una singola stagione e geograficamente replicabile (collezioni alla moda oggi negli USA potrebbero diventare “fashion” in Europa domani).

Focus sulla Moda

A causa dell'innovazione tecnica e dell'intensa concorrenza, ma anche per soddisfare il bisogno dell'uomo per la varietà e il cambiamento, oggi le principali caratteristiche della Moda, specialmente per abbigliamento e scarpe, sono:

- Diffusione molto segmentata; mercati di nicchia, ma globali;
- Risponde ad un bisogno di distinzione e identificazione (es. status symbol);
- Reagisce al “push” di tipo manifatturiero in un modo molto selettivo e risponde al “consumers pull”;
- Ricerca la “customisation”;
- Ciclo di vita del prodotto molto breve, anche se in modo mixato.

L'industria italiana del Tessile-Moda (2008): la filiera



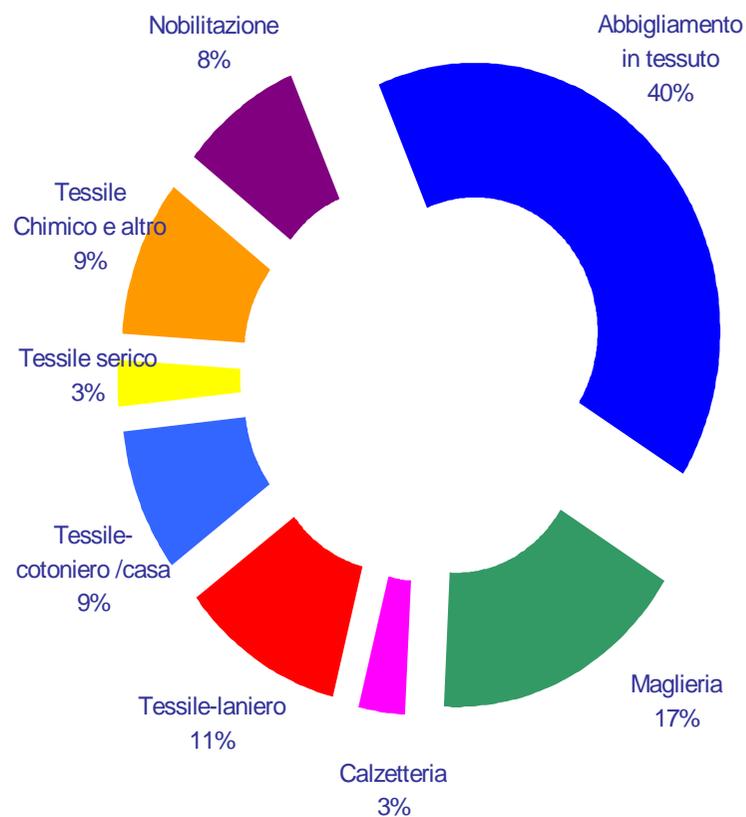
L'industria italiana del Tessile-Moda (2008): i numeri

Milioni di euro					
	2005	2006	2007	2008	2009*
Fatturato	53.056	53.361	55.021	54.117	45.187
<i>Var. %</i>		0,6	3,1	-1,6	-16,5
Esportazioni	26.572	27.559	28.070	27.775	22.137
<i>Var. %</i>		3,7	1,9	-1,1	-20,3
Importazioni	15.568	17.465	17.912	17.774	15.826
<i>Var. %</i>		12,2	2,6	-0,8	-11,0
Saldo commerciale	11.004	10.094	10.158	10.001	6.310
<i>Var. %</i>		-8,3	0,6	-1,5	-36,9
Addetti (no.)	524.930	516.674	512.956	508.200	482.282
<i>Var. %</i>		-1,6	-0,7	-0,9	-5,1
Indicatori strutturali					
Export/Fatturato	50,1	51,6	51,0	51,3	49,0
Propensione all'import	37,0	40,4	39,9	40,3	40,7

Fonte: SMI su ISTAT, SITARicerca e Indagini Interne; *StimeSMI-LIUC

L'industria italiana del Tessile-Moda (2008): la filiera

La struttura di filiera (incidenza del fatturato per comparto)

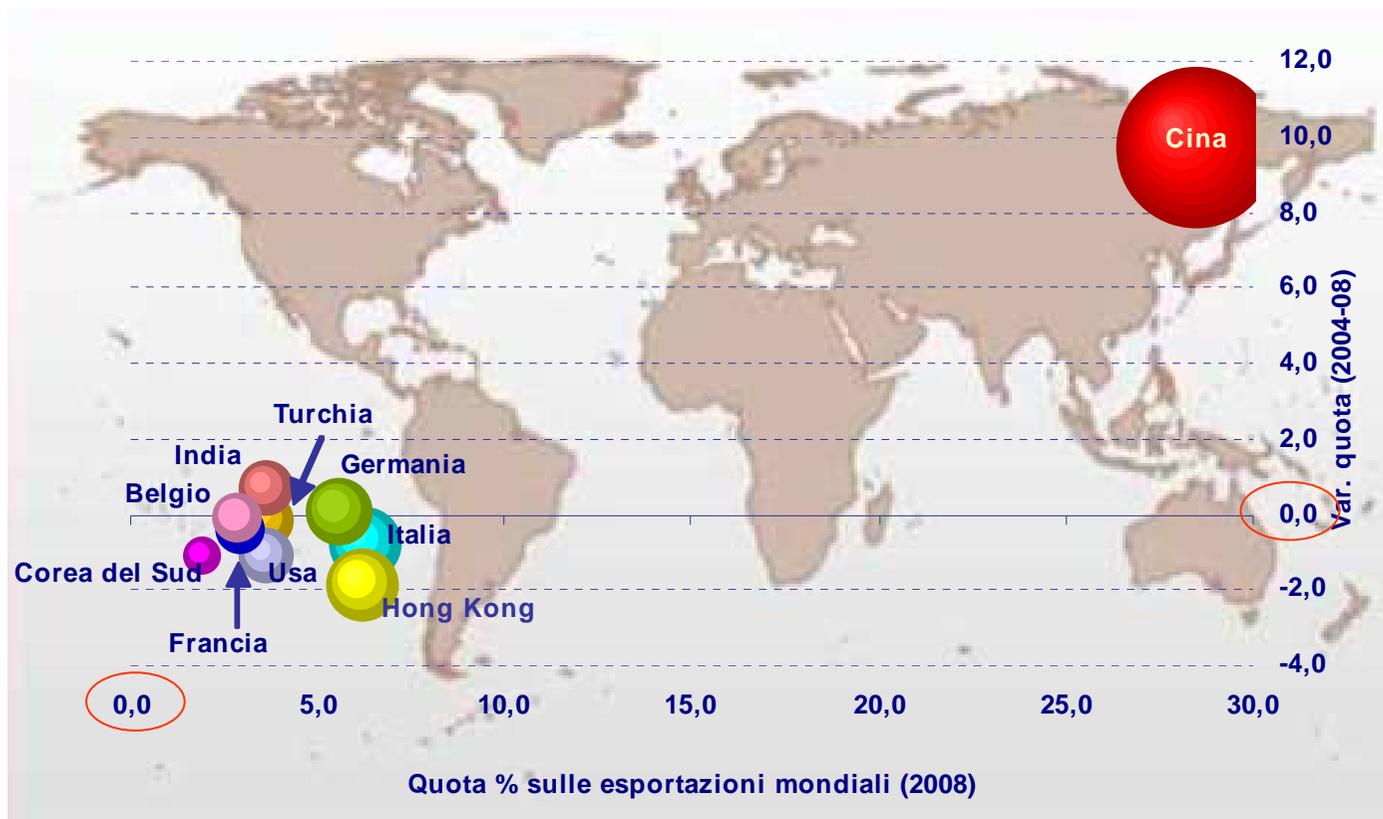


Fonte: SMI su ISTAT, SITARicerca e Indagini interne

Tessile-Moda: i principali esportatori (2008)

Il contesto internazionale

Export Mondiale: 460,845 mld. €



Italia:

- 2° esportatore dopo Cina
- Quota sul commercio mondiale di T-M: 6,2%

Posizionamento internazionale di alcuni comparti del Tessile-Moda (2007)

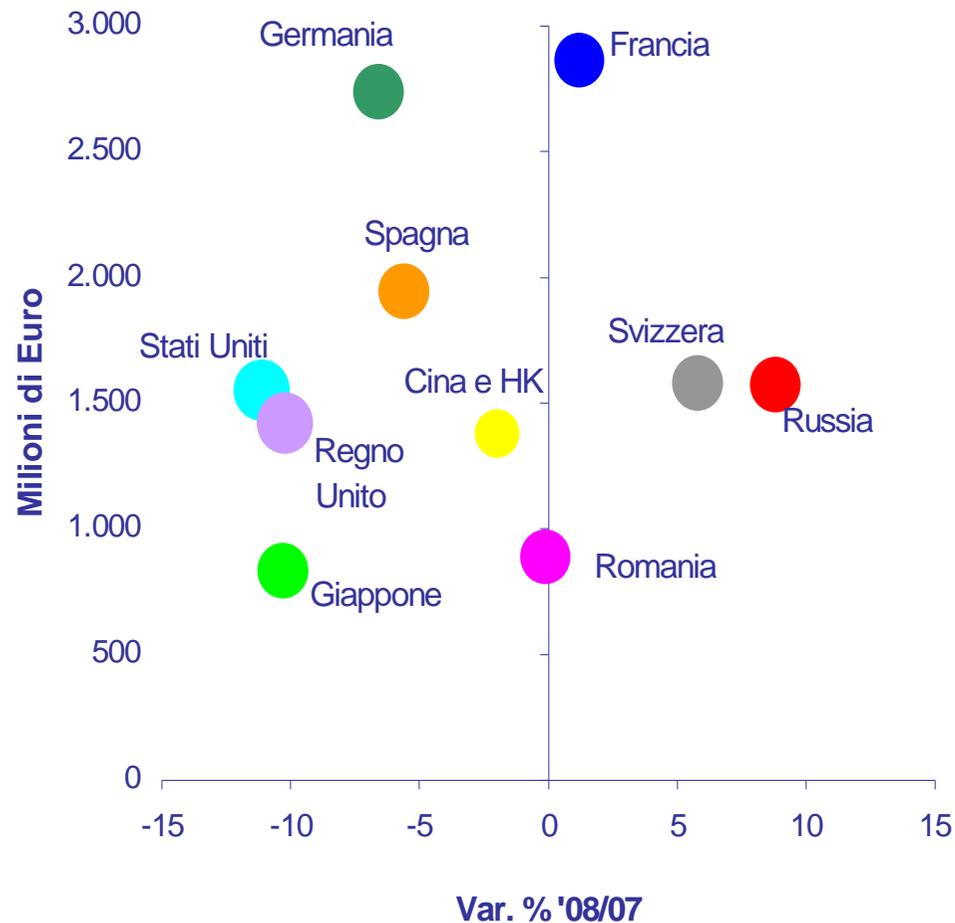
Settore	Quota ITA su export mondiale		Posizione ITA nel ranking mondiale	
	2007 (%)	Var 03-07 (+/-)	2007	2003
Filati e tessuti di lana	31,5	0,6	1	1
Filati e tessuti di cotone	8,4	-0,7	4	3
Tessuti di seta	18,2	1,1	2	3
Prodotti tessili-casa	1,7	-0,5	11	9
Abbigliamento	8,1	0,1	2	3
Maglieria	4,9	-1,1	3	3
Calzetteria	14,1	-3	2	1

Fonte: SMI su dati UNCTAD

Fonte: SMI su UNCTAD

L'industria italiana del Tessile-Moda (2008): commercio con l'estero

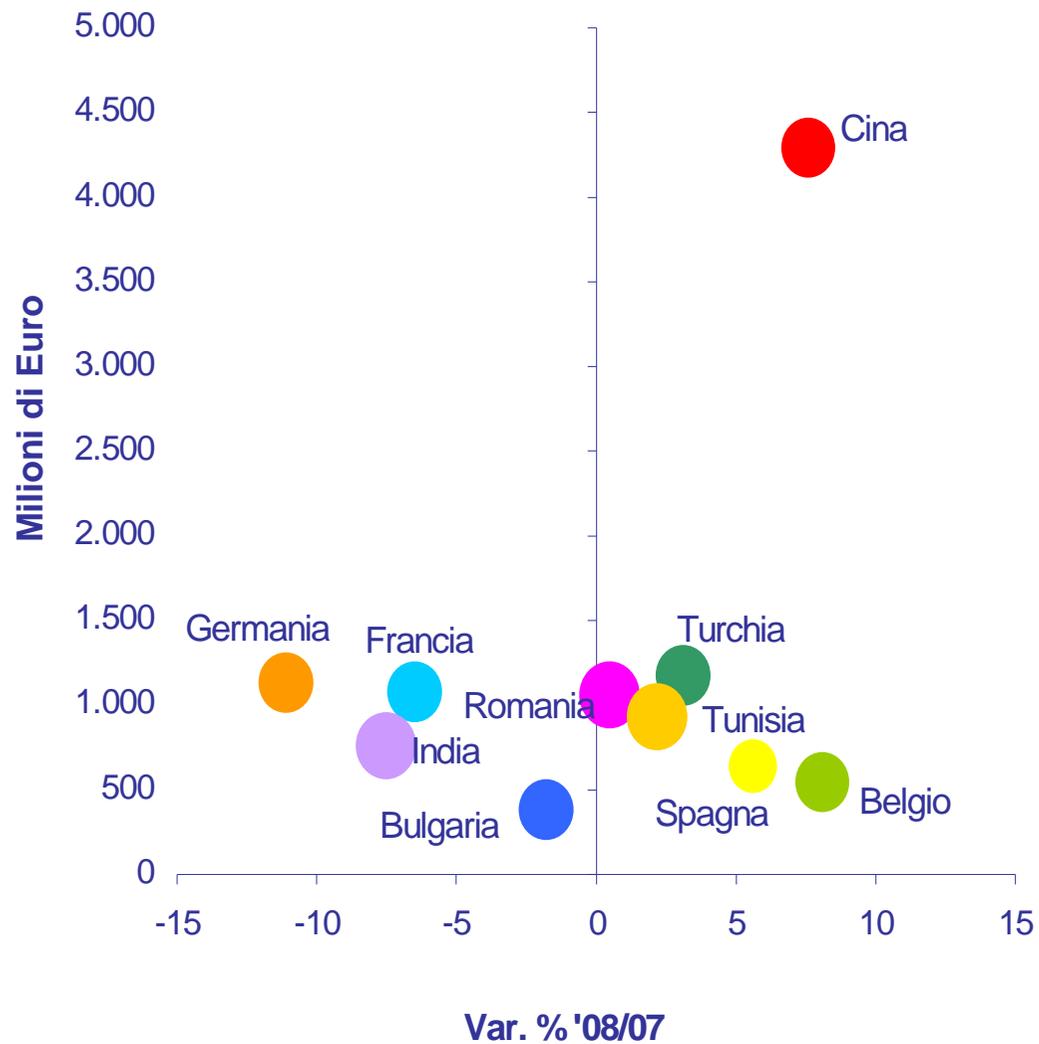
Export – Top Clients



Fonte: SMI su ISTAT

L'industria italiana del Tessile-Moda (2008): commercio con l'estero

Import – Top Suppliers



Il Tessile-Moda: commercio con l'estero

L'impatto della crisi su competitività/performance internazionale delle imprese

Periodo: Gennaio-
Settembre 2009

TESSILE-MODA

TESSILE

ABBIGLIAMENTO-MODA

IMPORT

Valore (mld. €) *Var.% tend.*

12,066 -10,4

3,514 -23,0

8,552 -4,0

EXPORT

Valore (mld. €) *Var.% tend.*

16,780 -20,0

5,706 -26,2

11,074 -16,4

Fonte: SMI su ISTAT

Il Tessile-Moda: commercio con l'estero

Periodo: Gennaio-Settembre 2009; Var. % tendz.

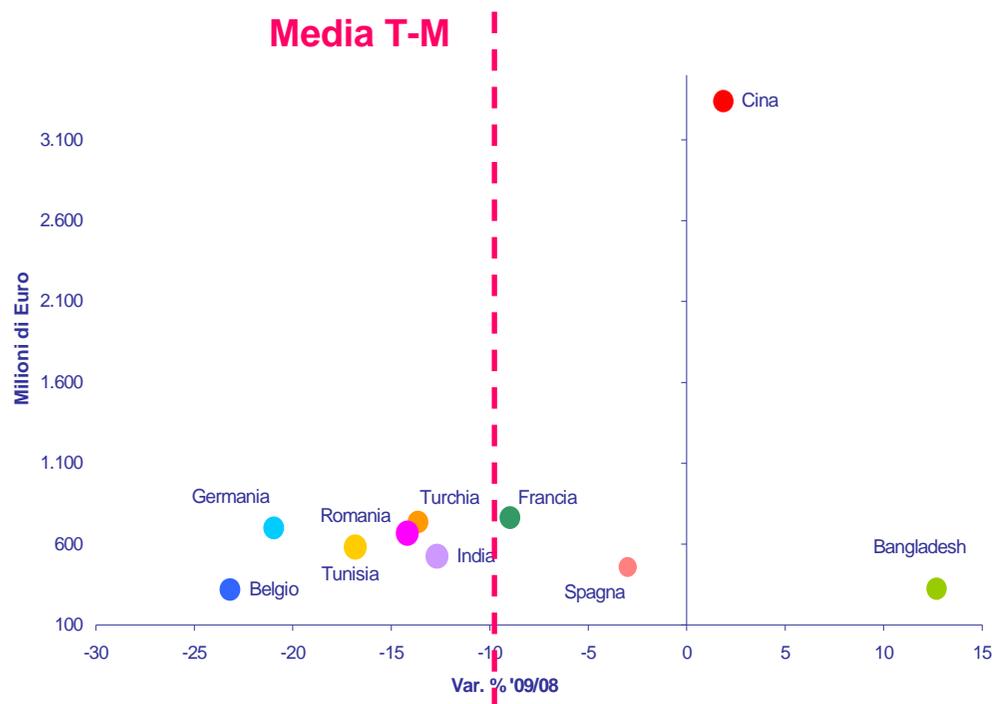
	INTRA-UE	EXTRA-UE
TESSILE	Export: -25,4% Import: -24,5%	Export: -27,3% Import: -21,8%
ABBIGLIAMENTO- MODA	Export: -11,9% Import: -9,2%	Export: -21,6% Import: -0,9%

Fonte: SMI su ISTAT

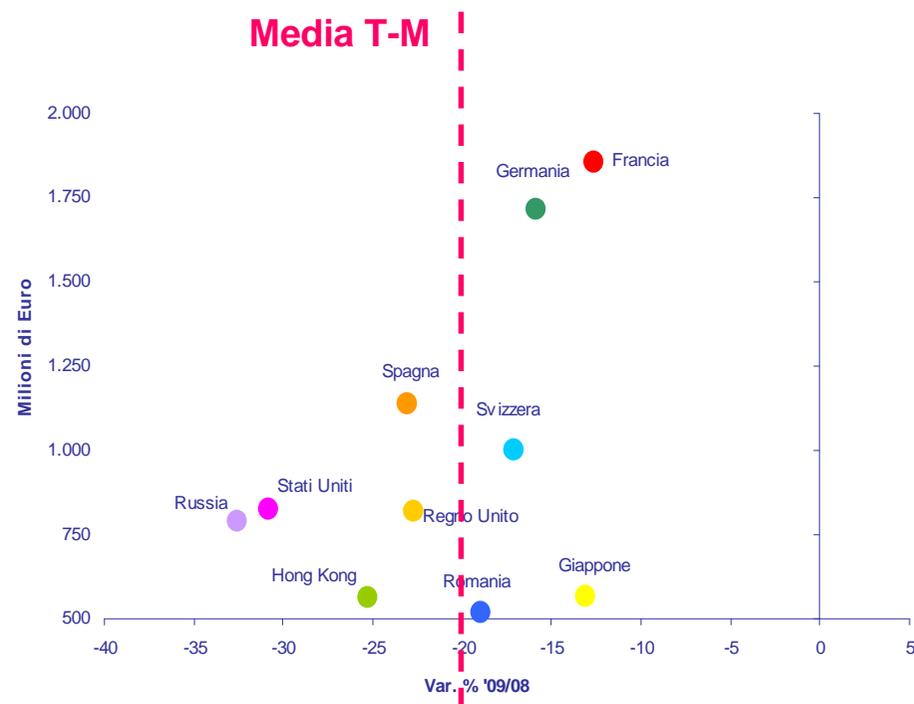
Il Tessile-Moda: commercio con l'estero – Partner commerciali

Periodo: Gennaio-Settembre 2009

IMPORT - Top 10 (69,7%)



EXPORT - Top 10 (58,6%)

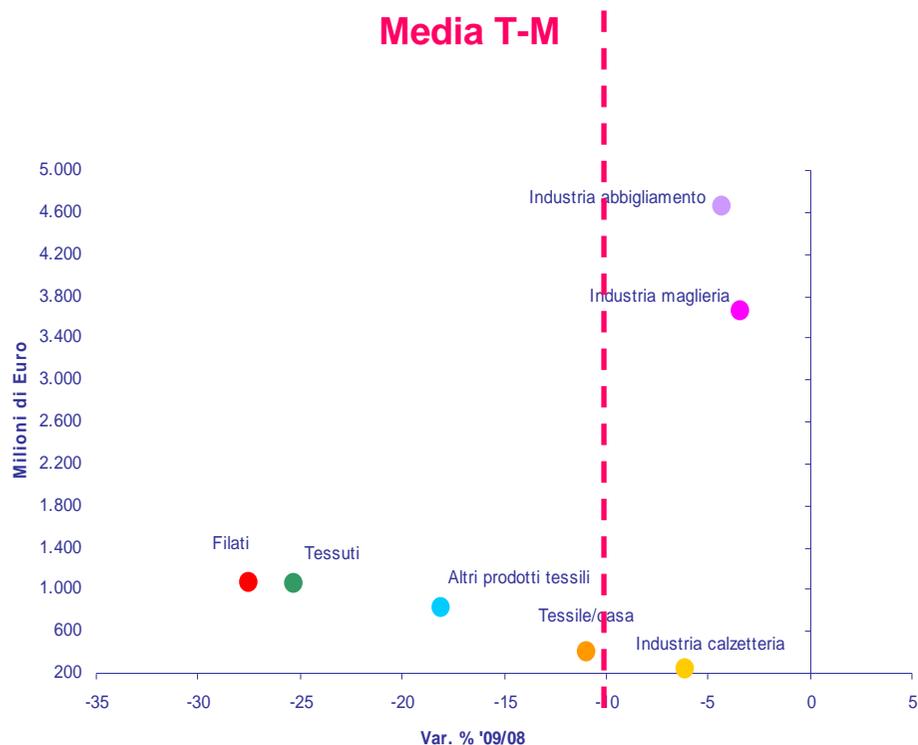


Fonte: SMI su ISTAT

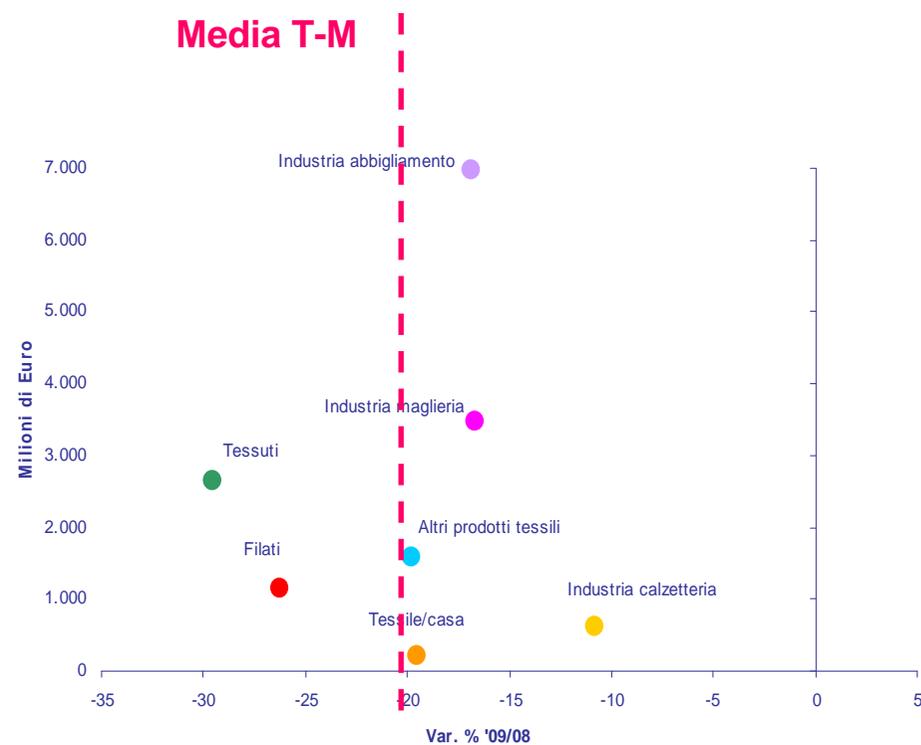
Il Tessile-Moda: commercio con l'estero- Analisi per comparti

Periodo: Gennaio-Settembre 2009

IMPORT



EXPORT



Quale futuro?

La “Dynamic Legacy”: le 3V per il futuro del Tessile-Moda

- ◆ Veloci
- ◆ Vicini
- ◆ di Valore

Fast Fashion in Italia – i numeri

- **Fatturato:** 2.500 mill. €
- **Export:** 800 mill. €
- **Export/Fatturato:** 32%
- **Aziende (n°):** 120
- **Addetti (n°):** 5.500
- **Indotto:** 2.500 aziende, 20.200 addetti

Fonte: Cietta, 2008

Fast Fashion

Modello Tradizionale

Fast Fashion

Time to market

18/24 mesi

Fino a 2 settimane

Moltiplicatore di
valore medio (dai
materiali al
prodotto finito)

~ 6/8

~ 2/2,5

Crescita media dei ricavi
(2002-2006)

~ +0,6%

~ +17%

Fonte: The European House Ambrosetti – Cietta