

“CONFERENZA STAMPA SULL’ANDAMENTO DELL’EXPORT CALZA”

A.DI.CI. - Associazione Distretto Calza e Intimo presenta l’analisi dei dati ISTAT 2010-2012 relativi all’export delle principali tipologie di prodotto della calzetteria femminile

11 aprile 2013 – ‘Contrariamente a quanto i dati export dal 2007 a oggi sembravano testimoniare, e cioè che i mercati esteri fossero l’ancora di salvataggio per il settore della calzetteria a fronte di un mercato interno in costante calo – afferma Alessandro Galesi, vicepresidente ADICI, nel presentare l’analisi svolta sui dati ISTAT per il periodo 2010-2012 relativi all’export delle principali tipologie di prodotto della calzetteria - il 2012 purtroppo è stato di segno fortemente negativo. Questo, combinato al dato dei consumi sul mercato nazionale ottimisticamente almeno a meno 20%, ha determinato una situazione di pesante sofferenza per le imprese del distretto’. In particolare, l’export totale verso il mondo per le tipologie di prodotto analizzate è calato nel 2012 rispetto all’anno precedente del 9,7%. Il calo più pesante è stato nell’area UE-27 con un dato attestatosi a meno 12,7%, e a meno 10,7% per l’Europa in senso geografico. L’export italiano è largamente concentrato verso l’Europa (92,8%) e ‘solo’ per il 7,2% verso il resto del mondo. La Germania, tra i paesi dell’UE, è il paese che mostra il calo maggiore (-13,5%), ma cali importanti si registrano anche in Spagna, Scandinavia, Grecia, Portogallo e Svizzera. In controtendenza Gran Bretagna e Belgio. I cali più significativi si registrano però nell’export verso la Russia(-18,6%) e verso i paesi baltici (-51,7%), questi ultimi di fatto per anni punto di transito delle calze destinate comunque al mercato russo. Purtroppo per ora pare che un grande mercato che avrebbe potuto rappresentare una delle soluzioni per l’export del distretto stia diventando addirittura di difficile accesso per i nostri produttori. Paesi come l’Albania, Croazia, Serbia e Slovacchia meritano invece una considerazione a parte. L’export verso queste nazioni è infatti in massima parte di semilavorati che vengono poi finiti nei paesi stessi per essere quindi reimportati in parte in Italia, a testimonianza della delocalizzazione intervenuta nell’ultimo decennio per l’esigenza di molte aziende del distretto di trovare condizioni produttive più favorevoli rispetto a quelle che il nostro sistema paese rende invece sempre più gravose.

‘Se è pur vero che globalmente nel 2012 l’export dei nostri prodotti ha subito un incremento di 10 miliardi di Euro rispetto al 2011 e di 47 miliardi di Euro rispetto al 2010, si nota un calo di export verso Germania, Spagna, Cina (1 miliardo di Euro in meno), India (400 milioni di Euro in meno) – così nel suo intervento Lamberto Castellotti, direttore di Brescia Export, presentando i dati di export relativi a tutti i prodotti italiani nei primi 80 paesi del mondo - mentre vi sono paesi in linea di massima stabili quali Brasile, Slovenia, Polonia, Olanda e Francia’. E’ interessante notare che sul totale dell’export italiano i numeri negativi del comparto calze evidenziano un non adeguato supporto ad un distretto che è di grande importanza per il nostro Made in Italy. L’esame dei valori di import procapite evidenziano inoltre quanto sia importante la Svizzera, che è al 4 posto in valore assoluto per il nostro export: con soli 7 milioni di abitanti batte paesi come Gran Bretagna, Spagna, Turchia, Russia e altri ancora. Tra le aeree più promettenti per i prodotti italiani secondo l’osservatorio di Brescia Export vi sono Turchia, Russia, Giappone, Messico, Canada e l’area dei Balcani. I dati sull’ammontare dei finanziamenti che Regione Lombardia ed Unioncamere mettono a disposizione delle imprese, presentati dal dott. Castellotti, parlano di cifre assolutamente inadeguate per sviluppare progetti concreti che possano tornare utili al maggior numero possibile di aziende, che devono assolutamente incrementare le loro esportazioni.

‘Come notiamo i dati sono drammatici – afferma Luca Bondioli, presidente ADICI – ma il distretto può avere la forza di reagire, solo però a determinate condizioni’. Notando che oggi il fatturato estero del settore incide per un 7,2% del mercato mondiale se istituzioni, banche e imprenditori attuassero una politica comune di distretto per aggredire i mercati esteri e nell’arco di qualche anno si ritornasse a pesare almeno un 15%, ci sarebbero le condizioni per salvaguardare quanto rimasto sul territorio e addirittura immaginare un recupero occupazionale. Le azioni concrete da mettere in campo per raggiungere questo obiettivo sono secondo ADICI almeno tre. Innanzitutto una battaglia decisa e condivisa alla contraffazione e sui temi della tutela del consumatore attraverso l’istituzione di un ente di controllo come l’Osservatorio Nazionale Tessile, che potrebbe far recuperare si stima fino a un 20% dei fatturati oggi persi introducendo regole uguali per tutti. A questo si dovrebbe aggiungere una politica mirata all’export, costruita facendo sistema tra tutti gli attori coinvolti nella filiera con istituzioni pubbliche e bancarie. Arrivati ai mercati c’è bisogno di prodotti altamente tecnologici, innovativi e fashion per differenziarci dai nostri concorrenti, in specie cinesi e turchi. Questo obiettivo si può raggiungere solo condividendo sul territorio un centro di ricerca e sviluppo adeguatamente dotato sia dal punto di vista tecnico che finanziario, capace di sviluppare fino in fondo il know how costruito nel distretto nel corso degli anni, potenziandolo fino a portarlo a trarre vantaggio anche da innovazioni derivanti da altri settori.