

## **M<sup>2</sup> – Meridiano Moda: una ricetta in 9 punti per il rilancio dell'Italian Style**

Proposte di intervento per il rilancio del settore, puntando su innovazione, sostegno al credito, tracciabilità volontaria e nuove formule commerciali

Roma, 2 febbraio 2010 – 27,4 miliardi di euro di valore aggiunto, pari all'11% della ricchezza prodotta da tutta l'industria manifatturiera italiana; 41,9 miliardi di euro (l'11,5% del totale) di esportazioni; 16,5 miliardi di euro di attivo della bilancia commerciale; un milione di occupati, il 61% dei quali è donna.

Sono i numeri del Sistema moda italiano nel 2008. Cifre consistenti, che fanno dell'Italian Style, all'interno del quale operano quasi 70.000 aziende (fonte Eurostat) del Tessile, Abbigliamento, Concia, Pelletteria e Calzature, uno dei settori primari della nostra economia

Un settore nel quale, peraltro, l'Italia ha una assoluta posizione di leadership a livello internazionale, ma che negli ultimi due anni ha subito fortemente l'impatto della crisi economica, che ha prodotto, tra il 2008 e il 2009, una riduzione del fatturato, del saldo commerciale e degli ordinativi dell'ordine del 30-40%, ha provocato un forte ricorso alla Cassa integrazione guadagni e ha costretto alla chiusura 1.900 imprese.

A questo universo economico che tutto il mondo ci invidia, **Italian Textile Fashion (ITF)**<sup>1</sup>, insieme a **Unioncamere** e con il supporto operativo di **The European House-Ambrosetti** ha dedicato un Rapporto strategico che costituisce parte integrante di "M<sup>2</sup> – Meridiano Moda", il progetto, svoltosi tra luglio 2009 e febbraio 2010, del quale oggi si presentano i principali risultati.

Secondo il Vice Ministro dello Sviluppo Economico **Adolfo Urso** *"nell'epicentro della crisi economica internazionale l'industria dell'eleganza made in Italy ha continuato a contribuire sensibilmente alla crescita complessiva della ricchezza italiana: la bilancia commerciale del settore ha fatto registrare un attivo di 16,5 miliardi di euro. Il Sistema Moda nel suo complesso, seppur con qualche difficoltà, ha giocato un ruolo fondamentale all'interno della bilancia commerciale del Paese. Per superare a pieno la congiuntura mondiale occorre però uno sforzo comune. Accogliamo favorevolmente, in questo senso, le proposte di intervento per il rilancio del settore presentate qui oggi, nella speranza che le imprese della moda si aggregino ed esaltino le loro strutture dimensionali anche attraverso il modello vincente dei distretti. Da parte mia – ha continuato il **Vice Ministro** - assicuro l'impegno del Governo che, dopo essersi fatto promotore in sede europea del dossier sul "Made in", seguirà con attenzione nelle prossime settimane la ridefinizione del quadro regolamentare relativo alla tracciabilità ed etichettatura obbligatoria dei prodotti al fine di tutelare sia le nostre imprese che i consumatori finali"*.

---

<sup>1</sup> Nato nel 2005, ITF è l'organismo intercamerale per la Filiera Moda che riunisce Unioncamere, quattro Unioni regionali (Abruzzo, Molise, Toscana e Veneto) ed oltre 20 Camere di Commercio italiane in cui opera il settore Moda, interessate a valorizzare il ruolo e l'importanza del comparto, stimolando il confronto tra i distretti e cercando soluzioni condivise per la crescita del settore.

*"Il potenziale espresso dalle imprese del made in Italy è ancora molto elevato, malgrado il forte impatto della crisi", ha evidenziato il vice presidente di **Unioncamere, Carlo Longo**. "Tuttavia, per consentire alle aziende di intercettare la ripresa, sono indispensabili interventi mirati ed urgenti che seguano due direzioni: affermare e realizzare la tracciabilità, non soltanto delle origini, ma anche della qualità dei prodotti; rafforzare la capacità di fare rete sul territorio tra imprese, le istituzioni, il sistema della ricerca pubblica, l'offerta di manodopera qualificata, la dotazione locale di servizi reali e finanziari. Il prodotto, inoltre, dovrebbe essere valorizzato lungo tutto il suo percorso di vita: dal produttore fino all'esercizio commerciale per accrescere il suo appeal facendo capire al consumatore la qualità intrinseca dei nostri manufatti."*

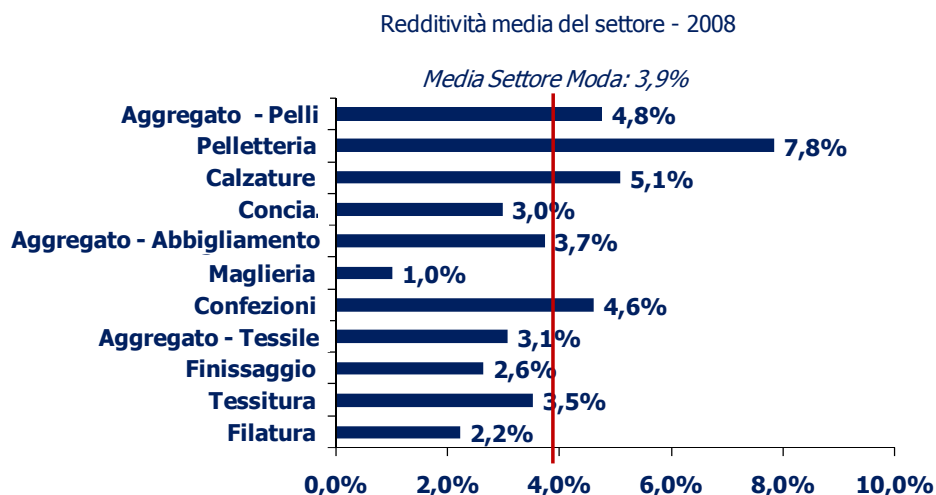
*"Con il progetto "M<sup>2</sup> - Meridiano Moda" il Sistema delle Camere di Commercio ha voluto creare una piattaforma indipendente, apartitica e professionale di approfondimento dove gli Operatori e le Associazioni del settore, le Istituzioni, il Sistema Bancario-Finanziario, i Sindacati e i Consumatori possono interagire tra loro, al fine di identificare le scelte strategiche e le azioni concrete più opportune per il futuro del settore" - afferma **Luca Mantellassi**, Presidente di ITF - "Al centro del progetto un obiettivo comune: tutelare e valorizzare la Filiera Moda, vero e fondamentale driver del futuro competitivo del Sistema Moda italiano".*

### **L'impatto della crisi**

Nonostante gli indubbi punti di forza del settore, negli ultimi due anni il Sistema Moda italiano ha attraversato con grandi difficoltà la crisi economico-finanziaria globale iniziata nell'ultimo quadrimestre del 2008. Una dettagliata analisi su una serie di indicatori finanziari relativi ad un campione di oltre 2.700 imprese del settore - redditività, patrimonializzazione, indebitamento, capacità di generazione del valore e livello degli investimenti - fa emergere una situazione di maggiore criticità nei comparti della Concia e del Tessile (al cui interno la filatura sembra essere il sotto-settore in maggiore difficoltà). Si tratta, in entrambi i casi, di un asset strategico del settore Moda italiano che tuttavia sta scontando sempre più duramente un progressivo calo dei volumi dovuto (al di là della difficile congiuntura economica attuale) ad un progressivo spostamento di produzione delle fasi a monte in altre aree del Mondo (come, ad esempio, il *Far East*). I settori "a monte" italiani presentano infatti notevoli difficoltà competitive su scala globale, a causa dell'elevata zavorra di investimenti fissi necessari per alimentare l'attuale modello di *business*, dei differenti parametri di costo del lavoro e delle normative di sicurezza.

A fronte della sofferenza del Tessile e della Concia delle pelli, il settore dell'Abbigliamento rappresenta il perno portante dell'intero sistema, seppur anch'esso presenti diversi punti di debolezza, tra cui il livello di indebitamento e un elevato fabbisogno di capitale circolante. La Pelletteria e le Calzature rappresentano invece i settori più sani e solidi all'interno delle industrie del Sistema Moda.

Comparazione dell'indice di redditività tra i comparti del settore della Moda italiani (esercizio 2008)

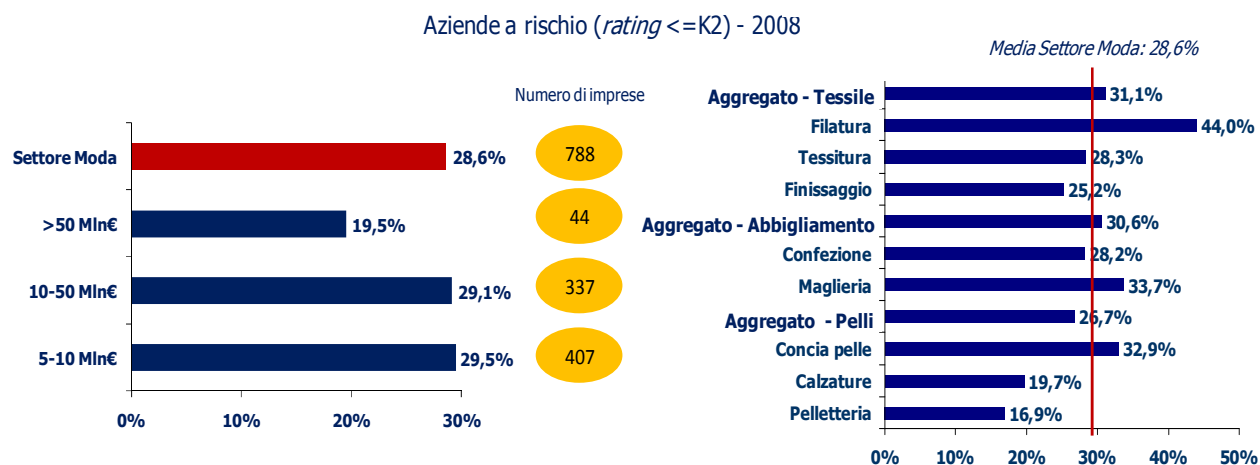


Fonte: rielaborazione The European House-Ambrosetti e K Finance su dati AIDA, 2010

La differenza di *performance* tra le aziende del settore appare ancor più evidente in funzione delle diverse classi dimensionali: se si considerano insieme redditività delle imprese, livello di indebitamento e patrimonializzazione e loro dimensione, i dati mostrano prestazioni molto più scarse per le imprese più piccole, che sono mediamente meno redditizie, più indebitate e meno patrimonializzate di quelle grandi.

Uno studio quantitativo sulla vulnerabilità delle imprese nei diversi comparti mette quindi in ulteriore evidenza la scarsa "salute" finanziaria delle imprese del settore, con alcune situazioni di alto rischio di fallimento. Ancora una volta, le aziende più piccole e attive nei comparti a monte delle filiere presentano la situazione di maggior criticità.

Ripartizione delle imprese a rischio nel campione di riferimento del Sistema Moda italiano per classe dimensionale e per comparto di attività (esercizio 2008)

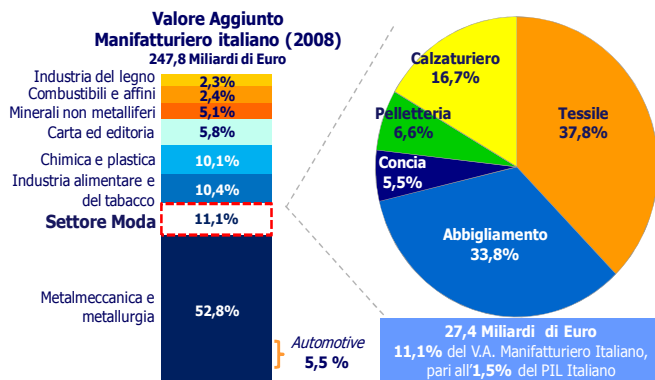


Fonte: rielaborazione The European House-Ambrosetti e K Finance su dati AIDA, 2010

**Moda Italia: passaporto per il mondo**

La crescita conosciuta dal Sistema Moda italiano a partire dalla metà degli anni '70 e fino alla prima metà degli anni '90, ha consentito all'Italia di acquisire un'indiscussa posizione di *leadership* a livello internazionale. Come mostra il Rapporto, tra il 1975 ed il 1995 l'incremento del valore aggiunto è stato davvero considerevole, passano dai 2,9 miliardi di euro ai 27,4 miliardi di euro. L'incidenza del settore sull'industria manifatturiera nazionale è molto significativa, soprattutto se confrontata con quella registrata da altre realtà europee come Spagna (4,9%), Francia (3,6%), Regno Unito (2,9%) e Germania (1,7%).

La filiera tessile-abbigliamento ricopre approssimativamente poco più dei due terzi del totale, con il 37,8% del tessile ed il 33,8% dell'abbigliamento; la filiera della concia-pelletteria-calzatura copre l'altro terzo, con un peso rilevante del comparto calzaturiero (pari al 16,7% del Sistema moda totale).

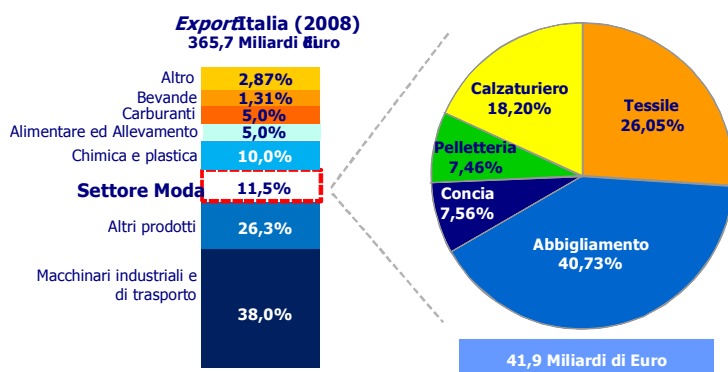


Fonte: rielaborazione The European House-Ambrosetti su dati Eurostat, 2010

L'industria dell'eleganza assicura alti livelli occupazionali: 1.080.000 le persone occupate, 620mila delle quali nell'industria e 460mila nel commercio. Considerando gli addetti occupati complessivamente in Italia nel comparto manifatturiero e nel commercio, ciò significa che 1 occupato su 8 lavora nelle imprese della Moda. Se invece si considera l'occupazione femminile, il Rapporto mostra come addirittura il 61% degli occupati nel Sistema Moda siano donne. In sintesi, tra le donne che lavorano nell'industria e nel commercio, una su 4 è impiegata all'interno di questo settore.

Anche in termini di *export*, il Sistema Moda gioca un ruolo fondamentale all'interno della bilancia commerciale dell'Italia (per valore aggiunto ed esportazioni il Sistema Moda ha occupato nel 2008 la seconda posizione, alle spalle della sola meccanica): nel 2008, il settore nel suo complesso ha realizzato esportazioni per 41,9 miliardi di Euro, pari all'11,5% del totale (365,7 miliardi di Euro). Nei singoli comparti emerge il ruolo trainante dell'Abbigliamento (40% dell'*export* complessivo), seguito dal Tessile (26%) e dal comparto calzaturiero (18,2%). Incide in misura minore l'*export* della Concia (7,56%) e della Pelletteria (7,46%).

Il contributo del Sistema Moda è fondamentale inoltre per l'avanzo commerciale che garantisce al Paese: nell'ultimo anno, infatti, la bilancia commerciale del settore ha fatto registrare 16,5 miliardi di euro di attivo, classificandosi al terzo posto, dietro alla meccanica industriale e specialistica.



Fonte: rielaborazione The European House-Ambrosetti su dati Eurostat, 2010

### Nove "cantieri" aperti per il rilancio dell'Italian Style

La lettura dell'analisi realizzata nell'ambito del progetto "M<sup>2</sup> - Meridiano Moda" ed il confronto tra gli operatori e le istituzioni ha prodotto nove ipotesi di intervento, che affrontano in maniera propositiva i diversi nodi cardine del sistema nel suo complesso:

1. Promuovere l'Innovazione come strumento di competitività trasversale per la Filiera;
2. Migliorare l'efficacia e l'efficienza complessiva della Filiera anche attraverso nuovi modelli di *business*;

3. Diffondere l'utilizzo di patti di filiera, contratti di rete e altri strumenti specifici volti a migliorare la competitività e la stabilità dell'intera filiera;
4. Promuovere strumenti *ad hoc* e/o incentivi per favorire l'aggregazione e la crescita dimensionale delle imprese;
5. Rafforzare la struttura finanziaria e la patrimonializzazione delle imprese, per favorire la patrimonializzazione attraverso meccanismi di cofinanziamento e di coinvestimento per facilitare l'ottenimento di impieghi bancari sfruttando un effetto "moltiplicatore". Ciò potrebbe essere possibile formulando specifici accordi con gli istituti di credito tali per cui, a fronte di un impegno di capitale da parte degli imprenditori per effettuare investimenti per la crescita, una o più banche partecipino, erogando credito in misura pari o superiore al capitale messo a disposizione dall'imprenditore (ad esempio, un rapporto 1:1 - 1:3); oppure facilitando l'accesso alle risorse stanziato dal nuovo Fondo PMI alle imprese del settore con progetti di crescita e promuovendo l'istituzione di ulteriori fondi specifici a sostegno della patrimonializzazione delle piccole e medie imprese del settore, anche in logica di co-investimento pubblico/privato.
6. Formulare strumenti specifici per agevolare l'accesso al credito secondo una logica di "filiera":
7. Incentivare interventi di ristrutturazione dei negozi e degli esercizi commerciali che operano nelle categorie merceologiche del settore Moda per incrementarne l'attrattività e promuovere il coordinamento tra il settore Moda e il settore del Turismo italiano.
8. Sviluppare il capitale umano del settore in chiave manageriale e di "mestieri":
9. Definire il quadro regolamentare relativo a *Made in*, tracciabilità ed etichettatura anche in chiave europea, adottando un quadro normativo comune all'interno dell'UE-27 in materia di indicazione del Paese di origine sui prodotti del Sistema Moda in entrata sui mercati nazionali; introducendo e diffondendo una certificazione volontaria della tracciabilità dei prodotti del Sistema Moda, intesa come insieme delle informazioni sull'origine dei prodotti lungo la filiera; intensificando i controlli sulla composizione dichiarata nell'etichetta dei prodotti Moda, ed aumentando le risorse destinate agli organi preposti a tale attività; lanciando campagne e attività di sensibilizzazione nei confronti dei consumatori.