

MODA TESSILE: PROFILO, SVILUPPO E SITUAZIONE IN ITALIA

Ludovica Malaguti Aliberti, Antonella Pilozi, Domenico Spagnolo
*Centro Nazionale Sostanze Chimiche, Prodotti Cosmetici e Protezione del Consumatore,
Istituto Superiore di Sanità, Roma*

La produzione dei tessuti è tradizionalmente legata allo sviluppo delle società umane. È tra le attività fondamentali dell'essere umano, come la produzione di cibo, e ne caratterizza anche il rapporto con l'ambiente. Oltre al bisogno di coprirsi, i tessuti hanno espresso significati definendo luoghi e corpi dal punto di vista simbolico.

Nel nostro territorio la produzione tessile ha una tradizione millenaria: già dal tardo Medioevo e durante il Rinascimento le manifatture, di cui le più importanti site a Firenze, Venezia e Genova, erano i punti nevralgici del mercato europeo di un'economia preindustriale e i prodotti tessili italiani erano richiestissimi e considerati di altissimo pregio per qualità e lavorazione. Dal XVII secolo la manifattura italiana risentì della concorrenza del Nord Europa. Con l'Unità d'Italia si ebbe una nuova espansione della produzione, in particolare per la seta e la lana. Altro momento importante di sviluppo si può collocare nel secondo dopoguerra che vide non solo l'incremento della produzione ma anche l'ascesa a livello internazionale della moda italiana.

Oggi, siamo di fronte a un consumatore sempre più esigente perché consapevole delle ricadute, anche in termini di salute, delle proprie scelte. Infatti, le conoscenze dell'impatto sulla salute di sostanze che possono essere presenti nel ciclo produttivo della preparazione dei tessuti (es. l'utilizzo di coloranti,) sono oramai disponibili anche in modo improprio su riviste specializzate o direttamente sul web. È quindi sempre più necessario fornire gli elementi di conoscenza corretti al fine di preparare un consumatore consapevole e responsabile.

A oggi, i dati forniti da Confindustria Moda indicano che sono più di 66.000 le imprese italiane operanti nel settore raggruppate in:

- Federazione Tessile e Moda- Sistema Moda Italia (SMI);
- Associazione Italiana Pellettieri (ASSOPELLETTIERI);
- Associazione Italiana Pellicceria (AIP);
- Associazione Nazionale Fabbricanti Articoli Ottici (ANFAO);
- Associazione che rappresenta a livello nazionale le imprese a carattere industriale che operano nel settore della produzione delle calzature (ASSOCALZATURIFICI);
- Federazione Nazionale Orafi Argentieri Gioiellieri Fabbricanti (FEDERORAFI);
- Unione Nazionale Industria Conciaria (UNIC).

Tale settore presenta un fatturato di 9,5 miliardi di cui il 66,3% di export. Il settore della moda utilizza 580.000 lavoratori lungo tutta la sua filiera.

Il solo SMI rappresenta un settore con oltre 50.000 aziende e quasi 400.000 addetti, vale a dire che costituisce una componente fondamentale del tessuto economico e manifatturiero italiano, con la massima attenzione rivolta alle dinamiche di sviluppo e di modificazione dell'industria tessile e moda.

Per quantità e qualità, si può dire che tale comparto è il secondo settore manifatturiero italiano, dopo la meccanica, e rappresenta un motore importante per il sistema Italia sia per il valore tangibile, economico, misurabile in posti di lavoro e numero di aziende, sia per il valore intangibile. Infatti, esso contribuisce all'immagine del nostro Paese all'estero.

L'indotto del tessile-moda-accessorio coinvolge soprattutto Milano e Firenze ma è presente comunque in quasi tutte le regioni: l'Italia infatti, è l'unico Paese al mondo ad avere una filiera di alta gamma intatta che comprende cioè aziende che lavorano sulle materie prime e in tutti i passaggi del processo produttivo, e marchi presenti sul mercato. Un patrimonio, costruito in decenni, con un *know-how* tramandato di generazione in generazione.

Nell'arco dei primi nove mesi dell'anno 2018, secondo l'indagine congiunturale condotta dal Centro Studi di Confindustria Moda per conto di SMI presso una novantina di aziende associate alla Federazione Tessile e Moda e operanti in tutti gli stadi della filiera Tessile- Abbigliamento, il settore si muove, complessivamente, con una tendenza positiva.

Si deve però sottolineare che, anche in questa edizione dell'indagine, è stata riscontrata un'alta dispersione tra le performance delle singole aziende a campione, sia in termini di vendite sia in termini delle altre variabili monitorate: detta dispersione si rileva non solo tra imprese che operano nei diversi comparti della filiera ma anche tra quelle attive nei medesimi segmenti di mercato.

Dall'indagine congiunturale curata da SMI si può osservare l'andamento del fatturato lungo i primi tre trimestri del 2018 suddividendo i settori "Tessile", "Abbigliamento-Moda" e "Tessile-Moda" (1). Il settore "Tessile" rappresenta le aziende a monte della filiera mentre si identificano con "Abbigliamento-Moda" e "Tessile-Moda" le aziende operanti a valle della filiera con obiettivi diversificati. Si può osservare come il fatturato sia cresciuto nell'arco dei trimestri presi in considerazione con un incremento tendenziale per il settore del "Tessile" mentre rimane costante negli altri settori presi in considerazione con la sola eccezione del settore "Abbigliamento-Moda" per il primo trimestre 2018. Infatti, nel primo trimestre dell'anno in corso, in termini di fatturato, le aziende del campione hanno sperimentato mediamente una variazione di segno positivo nell'ordine del +3,3% rispetto al medesimo periodo del 2017. Più in dettaglio, mentre le imprese tessili hanno superato il +7%, quelle dell'Abbigliamento-Moda hanno frenato al +0,6%.

Nel secondo trimestre, si evidenzia una prosecuzione della tendenza positiva, che porta al raggiungimento di un +3,5%. Da un lato, il "monte" segna una crescita del +3,2%, mentre le aziende operanti a "valle" fanno registrare un aumento pari al +3,6%.

Le stime per il periodo luglio-settembre 2018 confermerebbero la tenuta della dinamica positiva, su ritmi non lontani da quelli messi a segno nel primo semestre. Il fatturato del campione è atteso evidenziare mediamente una variazione del +3,9%, sintesi di un +5,8% del "monte" e di un +2,8% del settore a "valle". In relazione alla *Sentiment Analysis* che rappresenta un'attività mirata ad "ascoltare" il web e, in particolare, i social network, finalizzata a conoscere quello che si dice della propria società e del brand o dei concorrenti, più del 70% delle aziende campionate nella presente analisi definisce stabile la percezione delle proprie attività sui social media e solo il 6,5% la dichiara peggiorata. Tale analisi è utile al marketing per guidare le strategie di produzione e comunicazione e per capire se i messaggi abbiano centrato l'obiettivo. Per il prodotto moda il valore del sistema "offerta" viene valutato dal cliente rispetto a diverse variabili: diventa pertanto essenziale considerare il business del vendere moda facendovi rientrare tutti gli aspetti che identificano il valore percepito dal cliente e, quindi, tutte le attività comprendenti produzione e vendita, ideazione e pubblicizzazione (2). Per il prodotto moda il valore del sistema "offerta" viene valutato dal cliente rispetto a diverse variabili: diventa pertanto essenziale considerare il business del vendere moda facendovi rientrare tutti gli aspetti che identificano il valore percepito dal cliente e, quindi, tutte le attività comprendenti produzione e vendita, ideazione e pubblicizzazione (2). Secondo l'Osservatorio Sistema Moda le maggiori criticità del settore le troviamo negli ambiti dell'*Information and Communication Technologies* (ICT), dell'e-commerce, dello sviluppo del *supply network*, nella tracciabilità della filiera e nella sostenibilità ambientale (3).

Sulla base dei dati dell'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) a oggi disponibili, nei primi sette mesi del 2018 il Tessile-Abbigliamento italiano mette in evidenza una dinamica positiva del

commercio con l'estero. In particolare, le vendite estere mostrano una variazione del +2,6%, superando i 18,4 miliardi di euro. Parallelamente, l'import cresce del +2,4%, per un totale di quasi 12,7 miliardi di euro. Una situazione in ripresa, quindi, nonostante le criticità.

Conclusioni

Il sistema moda è un settore chiave per l'economia italiana: rappresenta infatti il 10% del manifatturiero, occupa 500,000 addetti e vanta un saldo commerciale di circa 20 miliardi annui.

Il sistema moda italiano è, di gran lunga, il primo in Europa in termini di produzione e valore aggiunto (pari a 3 volte quello tedesco, 4 volte quello spagnolo e quasi 5 volte quello francese). Nella catena globale del valore (*Global Value Chance*, GVC) siamo il quarto paese al mondo in termini di produzione e contribuiamo in maniera significativa alle filiere produttive di moda dei partner europei. Il mantenimento di un'ampia base produttiva, localizzata in particolare nei distretti industriali, preserva competenze e know-how, supportando una forte diversificazione di prodotto e una elevata qualità di produzione *made in Italy*: il 70% circa delle esportazioni si posiziona sull'alta gamma. Le sfide del futuro devono rispettare nuovi fattori quali la sostenibilità ambientale e la trasformazione digitale. Le filiere distrettuali della moda, concentrate geograficamente, sono un contesto ideale per sperimentare modelli di produzione circolari.

A tal fine, le imprese italiane devono superare i ritardi rispetto ai *competitor* esteri, per quanto riguarda strategie "complesse" di e-commerce.

Bibliografia

1. Confindustria Moda-Centro studi per SMI. *Il settore Tessile-Moda italiano nel 2018-2019*. Firenze: Pitti Immagine; 2019. Disponibile all'indirizzo: <https://www.sistemamodaitalia.com/it/area-associati/centro-studi/item/11019-il-settore-tessile-moda-italiano-nel-2018-2019#>; ultima consultazione 17/04/2020.
2. Ciappei C. *Strategie di internazionalizzazione e grande distribuzione nel settore dell'abbigliamento*. Firenze: University Press; 2006.
3. Le sfide del Sistema Moda Italia: i risultati dell'Osservatorio Sistema Moda. *IDM Innovazioni di Moda 2012*. Disponibile all'indirizzo: <http://www.innovazionemoda.org/le-sfide-del-sistema-moda-italia-i-risultati-dellosservatorio-sistema-moda/>; ultima consultazione 17/04/2020.