



Provincia di Modena

**RICERCA E FORMAZIONE A SOSTEGNO DELL'INNOVAZIONE NELLE IMPRESE
DEL SISTEMA MODA**

**OSSERVATORIO DEL SETTORE
TESSILE ABBIGLIAMENTO
NEL DISTRETTO DI CARPI**

8° RAPPORTO

FEBBRAIO 2007



Progetto n. 2005/453 approvato con delibera di Giunta Provinciale n. 466 del 9/11/2005

In collaborazione con
CAMERA DI COMMERCIO DI MODENA

L'Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi
è promosso dal:

Comune di Carpi
Assessorato Economia,
Lavoro e Formazione
C.so Alberto Pio n. 91
41012 - Carpi (MO) Italia
tel. 0039/059/649853 - fax 649751
E-mail: economia@carpidiem.it
Website: www.carpidiem.it

e realizzato dall'Istituto di ricerca:

R&I s.r.l.
Ricerche e Interventi
di politica industriale
e del lavoro
Via C. Marx n. 95
41012 - Carpi (MO) Italia
tel. 0039/059/695848 - fax 641945
E-mail: info@r-i.it
Web site: www.r-i.it

Gruppo di lavoro:

Coordinamento del progetto e cura delle parti 1, 2.1, 2.2, 3.1, 4: Daniela Bigarelli
Coordinamento rilevazione, elaborazione dati e cura delle parti 2.3 e 3.2: Monica Baracchi
Interviste alle imprese e cura della parte 1: Stefania Corradi
Interviste alle imprese: Luciana Di Menno

Si ringraziano le Imprese per la collaborazione prestata nella fase di realizzazione dell'indagine e le Associazioni di categoria per il supporto dato al gruppo di ricerca.

Si ringrazia la Provincia di Modena per il contributo alla realizzazione dell'Osservatorio e la Camera di Commercio di Modena per l'aggiornamento dell'universo delle imprese.

Un ringraziamento particolare a Andrea Scappi, Carla Artioli e Deanna Borghi di Carpiformazione e Citer per la preziosa collaborazione.

Indice

Presentazione	pag.	5
1. L'evoluzione del settore tessile abbigliamento	pag.	7
1.1 <i>Il settore a livello nazionale</i>	pag.	7
1.2 <i>Il settore a livello provinciale</i>	pag.	9
2. I cambiamenti avvenuti nel settore maglieria e confezione del distretto di Carpi: i risultati della ottava rilevazione dell'Osservatorio	pag.	17
2.1 <i>Le tendenze principali</i>	pag.	17
2.2 <i>Le imprese finali</i>	pag.	25
2.2.1 <i>La dimensione</i>	pag.	25
2.2.2 <i>Il prodotto</i>	pag.	30
2.2.3 <i>La progettazione e il campionario</i>	pag.	37
2.2.4 <i>Il calendario di produzione</i>	pag.	42
2.2.5 <i>Il mercato e i canali distributivi</i>	pag.	46
2.2.6 <i>Il livello di integrazione verticale e le aree di decentramento</i>	pag.	65
2.3 <i>Le imprese di subfornitura</i>	pag.	73
2.3.1 <i>La dimensione e la specializzazione produttiva</i>	pag.	73
2.3.2 <i>Le lavorazioni, i servizi offerti e il decentramento</i>	pag.	79
2.3.3 <i>L'ampiezza del mercato e i tipi di committenti</i>	pag.	92
3. I problemi indicati e le azioni messe in atto dalle imprese	pag.	101
3.1 <i>Le imprese finali</i>	pag.	101
3.2 <i>Le imprese di subfornitura</i>	pag.	109
4. Alcune considerazioni finali	pag.	113
Appendice 1: Sintesi delle dinamiche del settore tessile abbigliamento	pag.	117
Appendice 2: Supplemento sui produttori di tessuti a maglia	pag.	119

Presentazione

L'ottava rilevazione dell'Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi, promosso fin dal 1990 dall'Assessorato economia-lavoro-formazione del Comune di Carpi, realizzato da 'R&I - Ricerche e Interventi di politica industriale e del lavoro', è il frutto di indagini biennali, su un campione statisticamente rappresentativo di aziende, e si basa sulla raccolta di informazioni che non sono desumibili dalle fonti statistiche ufficiali. La ricerca analizza sia le imprese che operano per il mercato finale, sia quelle di subfornitura, e le aziende di tutte le classi dimensionali, con l'obiettivo di ottenere stime attendibili del settore nel distretto.

In questi anni abbiamo assistito a grandi trasformazioni e ad un pesante ridimensionamento del numero delle imprese e degli addetti; ma la principale novità di quest'ultimo rapporto consiste nella crescita del fatturato delle imprese locali, e poiché avviene dopo diversi anni, è elemento da valorizzare e su cui riflettere.

Il comparto della confezione supera per la prima volta quello della maglieria, i prodotti sono sempre più posizionati sulla fascia di alta qualità, si assiste ad una forte ripresa del mercato italiano; il peso delle imprese leader è crescente, le prime 10 imprese che nel 2000 rappresentavano il 21% del totale del fatturato del distretto, nel 2006 hanno raggiunto il 34%. Si confermano soprattutto le imprese di nuova generazione, che hanno dimostrato maggiori capacità nell'approccio ai mercati e nel realizzare prodotti innovativi e di successo.

Le difficoltà del comparto maglieria hanno aggravato la situazione delle imprese conto terzi locali, da tempo sottoposte alla concorrenza dei laboratori di etnia cinese (presenti nel distretto e nelle aree vicine), delle produzioni delocalizzate all'estero e oggetto di una politica dei prezzi sempre meno competitivi.

La grande maggioranza delle imprese dell'area produce solo in Italia, per questa ragione si registra grande attenzione alla questione del "made in Italy" e alla necessità di interventi per la tracciabilità e l'etichettatura obbligatoria; scelta strategica, sia per il cliente per il quale operano, ma anche per la valorizzazione di un settore che esprime grandi professionalità, capacità innovative e che investe in ricerca. Ormai il 25% del totale degli addetti delle imprese finali si occupa di progettazione del campionario, oltre 98.000 modelli all'anno escono dalle imprese del sistema moda locale.

E' alla luce di tali peculiarità che l'Amministrazione comunale ha investito dal 2003, col contributo della Provincia di Modena e della Regione Emilia Romagna, e coinvolgendo le Associazioni d'impresa, in uno specifico progetto denominato '*Le stagioni della Moda*', del quale anche questa ricerca è parte, che ha avuto grande risonanza e attenzione anche a livello nazionale. Ci siamo posti l'obiettivo di promuovere il distretto di Carpi, con la consapevolezza che il sistema moda locale mantenga un grande patrimonio di conoscenza e di competenze diffuse. Carpi deve certamente affrontare problemi nuovi e sempre più complessi, ma restano molte 'le carte da giocare' per non disperdere i risultati di questo

territorio; la ricerca dimostra che non sbagliavamo, in periodi anche più difficili, a mantenere un atteggiamento fiducioso sulle capacità delle nostre imprese.

Nel ringraziare tutti coloro che hanno permesso la realizzazione di quest'indagine, ci auguriamo che si confermi, per tutti gli attori del settore moda locale e non solo, strumento importante per la definizione di azioni concrete per la valorizzazione ed il sostegno del distretto.

Alberto Allegretti

Assessore economia-lavoro-formazione del Comune di Carpi

1. L'evoluzione del settore tessile abbigliamento

1.1 Il settore a livello nazionale

L'industria tessile abbigliamento italiana ha registrato, nel periodo 2001-2005, una costante flessione del fatturato dovuta all'andamento non positivo sia del mercato interno che delle esportazioni.

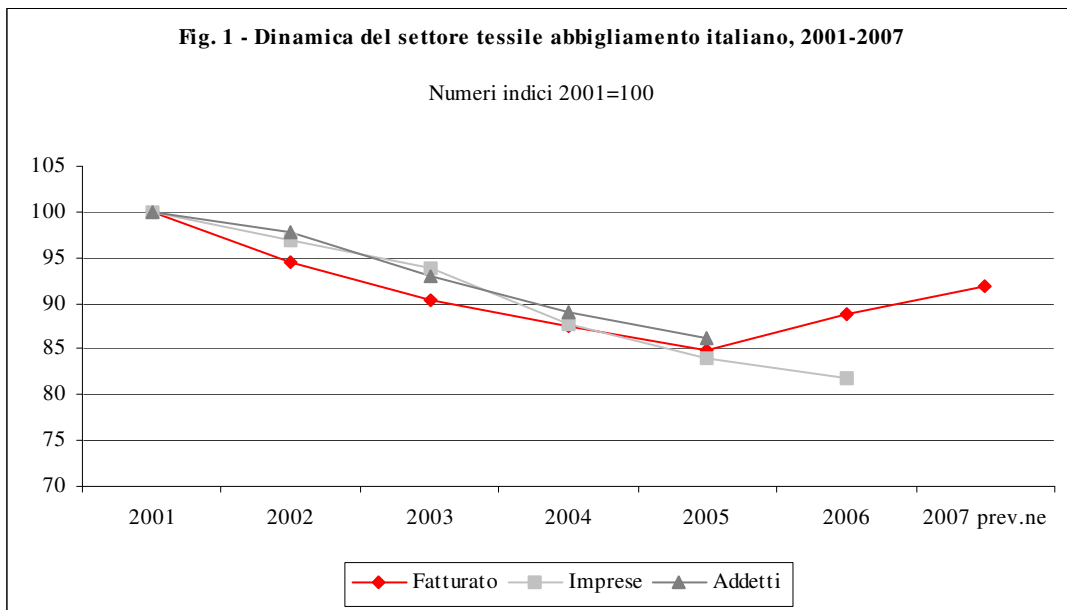
Le stime SMI-ATI, riferite all'intera filiera tessile abbigliamento¹, indicano nel periodo considerato una diminuzione del fatturato, a prezzi correnti, del -15% e delle esportazioni del -8,2%. Anche imprese e addetti diminuiscono (rispettivamente -16% e -14%), mentre le importazioni mantengono un trend di crescita (+10%) (fig. 1).

Lo scenario che ha caratterizzato il tessile abbigliamento nel primo quinquennio degli anni duemila, segnato da difficoltà sia sul fronte interno sia su quello internazionale, muta tuttavia nel corso del 2006. In questo anno, il fatturato riprende a crescere, grazie alla ripresa dei consumi interni e delle esportazioni, e nelle previsioni relative al 2007 questa dinamica viene sostanzialmente confermata, anche se a ritmi meno sostenuti.

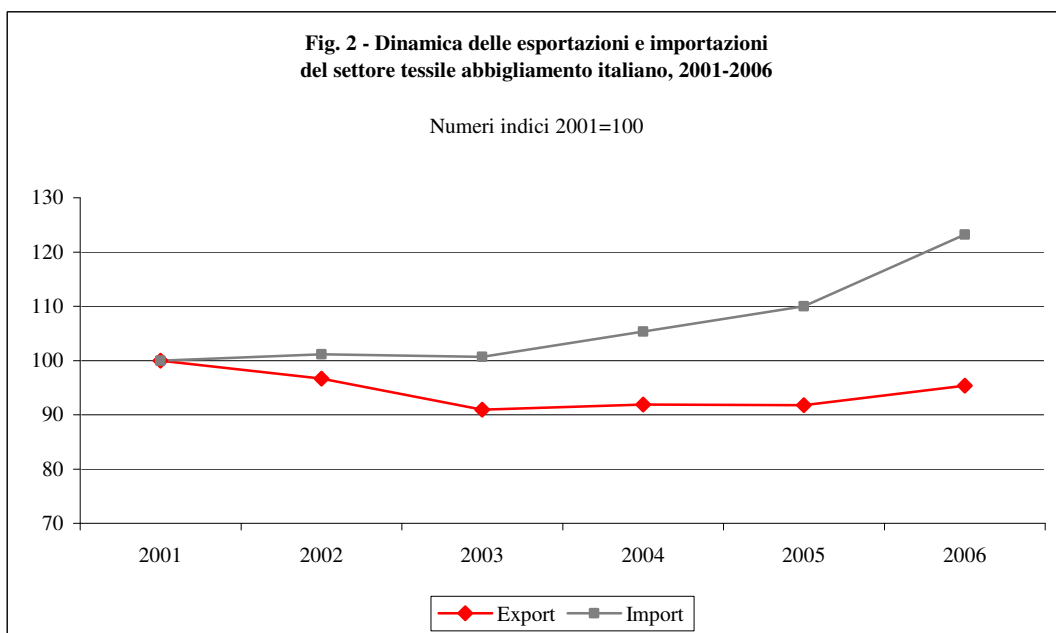
La ripresa del settore tessile abbigliamento italiano, nel corso del 2006, induce un'accelerazione nella crescita delle importazioni legate ai processi di delocalizzazione produttiva, con una conseguente flessione del saldo commerciale, il cui valore positivo rimane tuttavia molto elevato (fig. 2).

Le previsioni sull'evoluzione dell'industria tessile abbigliamento italiana ritornano, quindi, ad essere positive, anche se gli effetti sull'occupazione non sono facilmente prevedibili in quanto al crescere del fatturato non corrisponde un aumento proporzionale della produzione realizzata in Italia.

¹ Le stime si riferiscono all'insieme del settore tessile abbigliamento italiano, comprensivo dei comparti che producono filati, tessuti, biancheria per la casa, ecc. e di quelli che producono maglieria e confezione.



Fonte: elaborazioni R&I srl su dati SMI-ATI e ISTAT



Fonte: elaborazioni R&I srl su dati SMI-ATI e ISTAT

1.2 Il settore a livello provinciale

Il settore tessile abbigliamento della provincia di Modena si caratterizza per la produzione di maglieria e di confezione su tessuto, mentre i comparti a monte, rappresentati dai produttori di filati e di tessuti, sono quasi completamente assenti, ad eccezione di un nucleo di produttori che realizza tessuti a maglia.

L'andamento del settore a livello provinciale ricalca l'evoluzione del tessile abbigliamento nazionale, registrando una diminuzione delle imprese e degli occupati e una dinamica del commercio estero in parte simile.

Dal 2002, anno in cui le esportazioni modenesi hanno raggiunto il valore più elevato, al 2004 l'export ha subito una flessione, mentre nel 2005 ha ripreso a crescere, registrando nel 2006 una tendenza al leggero rallentamento (fig. 3).

Come a livello nazionale, la dinamica delle esportazioni locali ha registrato significative differenze fra la maglieria e la confezione su tessuto. L'export di prodotti in maglia ha subito, in questi anni, una pesante diminuzione, mentre quello di prodotti di confezione ha avuto un andamento mediamente positivo. Le esportazioni modenesi di confezioni sono andate meglio rispetto alla media italiana, registrando tassi di crescita costantemente positivi e sempre superiori, mentre le esportazioni di maglieria hanno registrato un calo molto più forte, dimezzandosi in valore nell'arco temporale considerato (fig. 4-5).

Nella prima metà degli anni duemila, la composizione delle esportazioni del settore è cambiata significativamente: da una prevalenza di prodotti di maglieria si è passati ad una prevalenza di prodotti della confezione su tessuto. A ciò si aggiunge un aumento delle esportazioni di filati e tessuti collegate ai processi di delocalizzazione di produzioni all'estero nella forma del traffico di perfezionamento passivo (fig. 6).

In questi anni, le importazioni modenesi di prodotti tessili e abbigliamento sono aumentate costantemente, come a livello nazionale, contribuendo a determinare una riduzione del saldo commerciale attivo della provincia.

I principali paesi esteri a basso costo del lavoro di provenienza delle importazioni modenesi sono Turchia, Cina e Romania, per i prodotti tessili, e Cina, Turchia e Tunisia per l'abbigliamento.

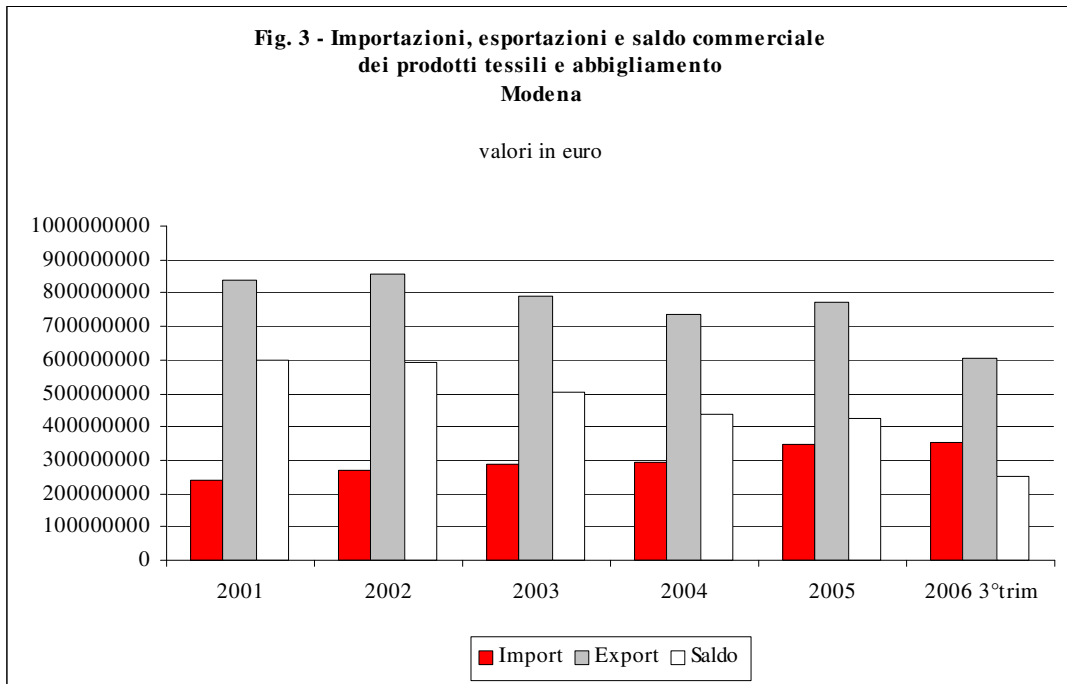
Anche sul fronte dei mercati esteri di sbocco, i cambiamenti sono stati significativi. I paesi di destinazione delle esportazioni hanno registrato una diminuzione del peso dell'Unione europea a 15 e un aumento del Resto Europa, rappresentato sia da paesi di destinazione dei processi di delocalizzazione della produzione sia da mercati di sbocco dei prodotti finiti (tav. 3).

Le esportazioni di maglieria, interessate dalla stessa tendenza, mostrano un legame più forte con i mercati dell'Europa a 15, rispetto alla confezione su tessuto, e una minore diversificazione dei paesi esteri di sbocco. Oltre il sessanta per cento delle perdite subite dall'export di maglieria sono imputabili al crollo delle esportazioni verso la Germania², che rimane ancora oggi il primo mercato di sbocco, seguito da Francia, Regno Unito, Spagna e Belgio (tav. 4).

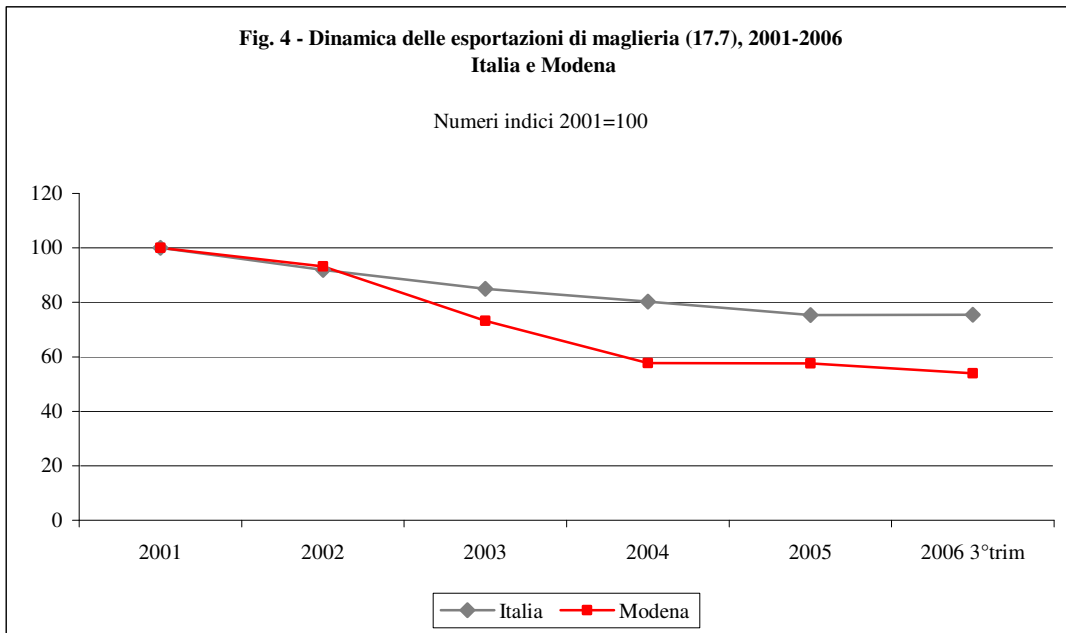
Nella confezione³, invece, pur rimanendo l'Europa a 15 la principale area di sbocco delle esportazioni, assumono maggiore peso i mercati asiatici e dell'america del nord. Fra i primi paesi di esportazione vi sono Francia, Spagna, Giappone, Germania e Stati Uniti (tav. 5).

² Le esportazioni verso la Germania, sia di maglieria sia di confezione, continuano a diminuire anche nel corso del 2005 e 2006, anni di ripresa dell'export modenese di prodotti del tessile abbigliamento.

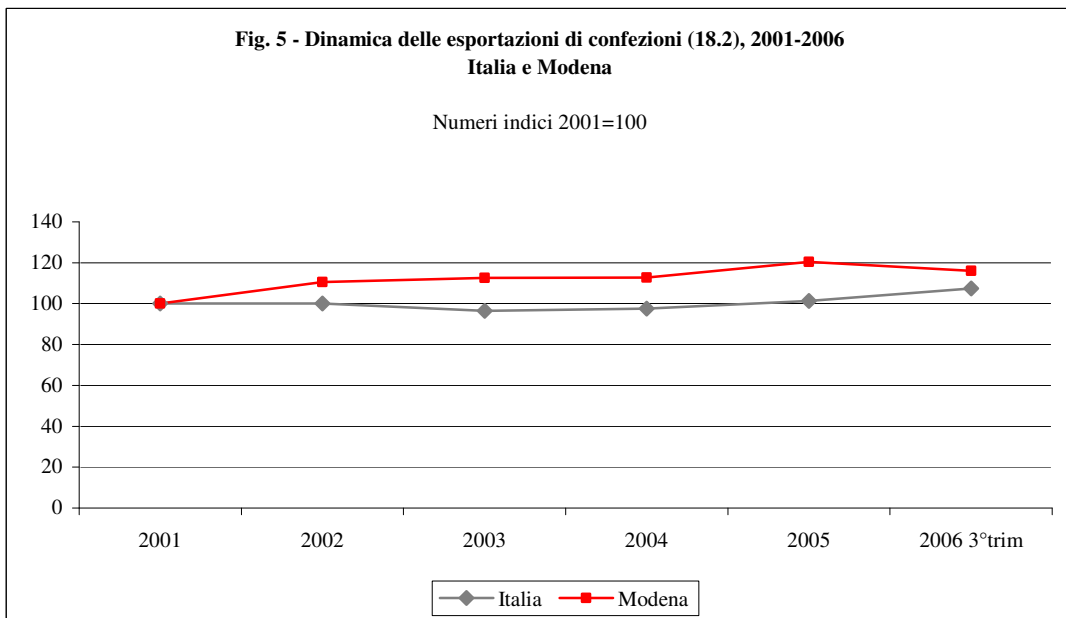
³ Nelle esportazioni di abbigliamento della provincia di Modena il primo paese di esportazione è la Svizzera. Questo dato è determinato da un'impresa di grandi dimensioni che ha una piattaforma logistica in questo paese alla quale destina i prodotti che verranno poi venduti nei vari paesi esteri di sbocco.



Fonte: elaborazioni R&I srl su dati ISTAT

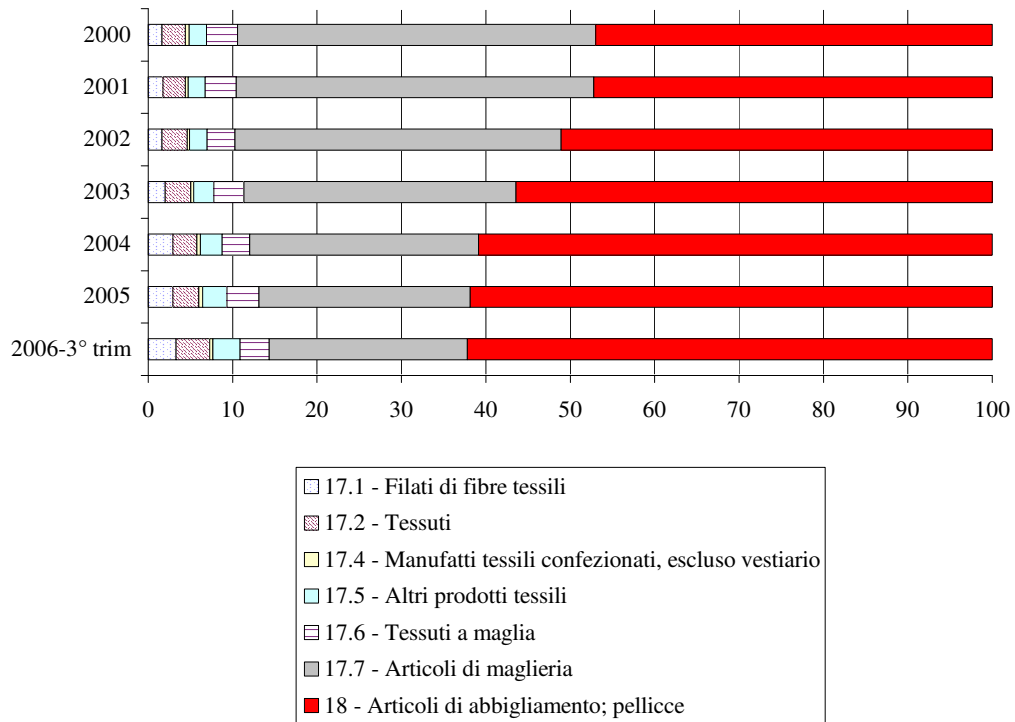


Fonte: elaborazioni R&I srl su dati ISTAT



Fonte: elaborazioni R&I srl su dati ISTAT

**Fig. 6 - Composizione delle esportazioni di prodotti tessili abbigliamento,
2000-2006
Modena**



Fonte: elaborazioni R&I srl su dati ISTAT

Tav. 1 - Prime dieci province italiane per quota di export di maglieria, 2000-2005

17.7 Articoli di maglieria*					
	2000		2002		2005
	%		%		%
1 Treviso	11,8	1 Treviso	12,7	1 Mantova	13,5
2 Mantova	9,1	2 Mantova	10,3	2 Treviso	12,4
3 Modena	8,0	3 Modena	8,5	3 Milano	7,7
4 Milano	6,1	4 Milano	7,1	4 Modena	6,9
5 Firenze	5,1	5 Firenze	5,1	5 Reggio Emilia	6,8
6 Vicenza	4,8	6 Vicenza	5,1	6 Firenze	4,6
7 Prato	4,4	7 Reggio Emilia	4,0	7 Vicenza	4,4
8 Varese	4,1	8 Varese	3,6	8 Prato	3,7
9 Reggio Emilia	4,0	9 Prato	3,5	9 Varese	2,8
10 Bologna	2,8	10 Bologna	2,9	10 Bologna	2,3

*comprende la calzetteria

Fonte: elaborazioni R&I srl su dati Istat

Tav. 2 - Prime dieci province italiane per quota di export di confezione, 2000-2005

18.2 Articoli di abbigliamento					
	2000		2002		2005
	%		%		%
1 Milano	12,2	1 Milano	12,4	1 Milano	11,9
2 Vicenza	7,6	2 Vicenza	8,0	2 Vicenza	8,7
3 Treviso	7,2	3 Treviso	6,8	3 Treviso	7,3
4 Firenze	5,5	4 Firenze	5,6	4 Firenze	5,7
5 Como	6,0	5 Como	4,8	5 Reggio Emilia	5,6
6 Reggio Emilia	4,4	6 Reggio Emilia	4,3	6 Modena	4,1
7 Bergamo	3,4	7 Modena	3,4	7 Como	3,4
8 Modena	3,0	8 Bologna	3,0	8 Bologna	3,2
9 Bologna	2,6	9 Bergamo	2,8	9 Rimini	2,7
10 Rimini	2,2	10 Rimini	2,5	10 Bergamo	2,7

Fonte: elaborazioni R&I srl su dati Istat

Tav. 3 Distribuzione delle esportazioni di prodotti tessili e abbigliamento della provincia di Modena per area geografica, 2000-2006

	17 Tessile				18 Abbigliamento			
	2000	2002	2005	2006 3° trim	2000	2002	2005	2006 3° trim
	%	%	%	%	%	%	%	%
Unione Europea 15	74,4	72,7	60,9	59,9	56,2	54,4	33,3	38,8
<i>di cui: Germania</i>	37,5	30,4	19,9	17,0	15,6	11,7	6,3	6,2
Resto Europa	13,2	15,3	23,3	22,8	14,6	18,1	43,8	37,8
America	5,3	4,7	5,5	4,6	7,1	7,4	6,1	6,0
Asia	5,1	4,9	5,8	6,7	19,6	19,0	15,3	16,6
Altri paesi	2,0	2,4	4,5	6,1	2,4	1,2	1,5	0,9
Mondo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni R&I srl su dati Istat

Tav. 4 Principali paesi di esportazione e importazione di prodotti tessili della provincia di Modena, 2006

		17 Tessile			
Paesi di esportazione		Paesi di importazione			
		%	%		
1	Germania	17,0	1 Turchia	16,7	
2	Francia	13,0	2	Cina	16,6
3	Regno Unito	9,2	3	Romania	13,8
4	Romania	7,9	4	Francia	6,3
5	Spagna	7,1	5	Germania	4,6
6	Tunisia	5,1	6	India	3,7
7	Belgio	4,1	7	Stati Uniti	3,2
8	Stati Uniti	3,6	8	Belgio	3,1
9	Bulgaria	3,6	9	Portogallo	2,6
10	Grecia	2,3	10	Hong Kong	2,5
	Totale 10	72,9		Totale 10	73,1

Fonte: elaborazioni R&I srl su dati Istat

Tav. 5 Principali paesi di esportazione e importazione di prodotti di abbigliamento della provincia di Modena, 2006

Paesi di esportazione		Paesi di importazione			
	%		%		
1	Svizzera*	22,7	1	Cina	14,2
2	Francia	9,5	2	Turchia	11,4
3	Spagna	7,0	3	Francia	10,6
4	Giappone	5,9	4	Belgio	8,0
5	Germania	6,2	5	Tunisia	7,1
6	Stati Uniti	5,4	6	Romania	6,1
7	Grecia	5,1	7	Bulgaria	6,1
8	Russia	4,3	8	Grecia	5,0
9	Belgio	3,5	9	India	4,6
10	Hong Kong	3,0	10	Portogallo	2,3
Totale 10		72,6	Totale 10		75,4

*Il dato è determinato da un'impresa di grandi dimensioni che ha una piattaforma logistica in questo paese.

Fonte: elaborazioni R&I srl su dati Istat

2. I cambiamenti avvenuti nel settore maglieria e confezione del distretto di Carpi: i risultati dell'ottava rilevazione dell'Osservatorio

2.1 Le tendenze principali

L'elemento di maggiore interesse emerso dall'ottava rilevazione dell'Osservatorio riguarda la ripresa del settore maglieria e confezione in termini di fatturato. Dopo una fase di costante flessione, nel 2005 il valore della produzione ritorna a crescere, superando il picco positivo raggiunto nel duemila, con una significativa accelerazione nel 2006⁴ (fig. 1).

Il ritorno al segno positivo nella dinamica del fatturato rappresenta un dato estremamente importante per il distretto di Carpi⁵ che dai primi anni novanta - ad eccezione, come si è detto, del duemila - ha registrato una costante diminuzione del valore della produzione.

I fattori che stanno alla base della dinamica positiva sono in parte legati al contesto esterno, caratterizzato da una ripresa dei consumi di abbigliamento sul mercato italiano che costituisce da sempre il mercato prevalente delle imprese del distretto di Carpi. Tra i fattori che spiegano il ritorno alla crescita numerosi sono tuttavia interni al distretto, legati alle strategie e ai processi di riorientamento seguiti dalle imprese.

In questi anni difficili per il settore, le iniziative messe in atto dalle imprese del distretto sono state molto intense, poche imprese hanno atteso "passivamente" il ritorno di una

⁴ Il campione sul quale sono basate le stime dell'Osservatorio è composto da circa 300 aziende ed è costituito da un *panel* rotante che ad ogni rilevazione viene aggiornato con l'inserimento di un campione di aziende nuove nate. Il campione è statisticamente significativo e consente il riporto dei dati campionari all'universo delle imprese. Le aziende intervistate sono sia imprese finali (o conto proprio) sia imprese di subfornitura. Sono escluse dall'indagine le tintorie/lavanderie, i produttori di tessuti a maglia e quelli di etichette tessute rappresentati da alcune decine di imprese.

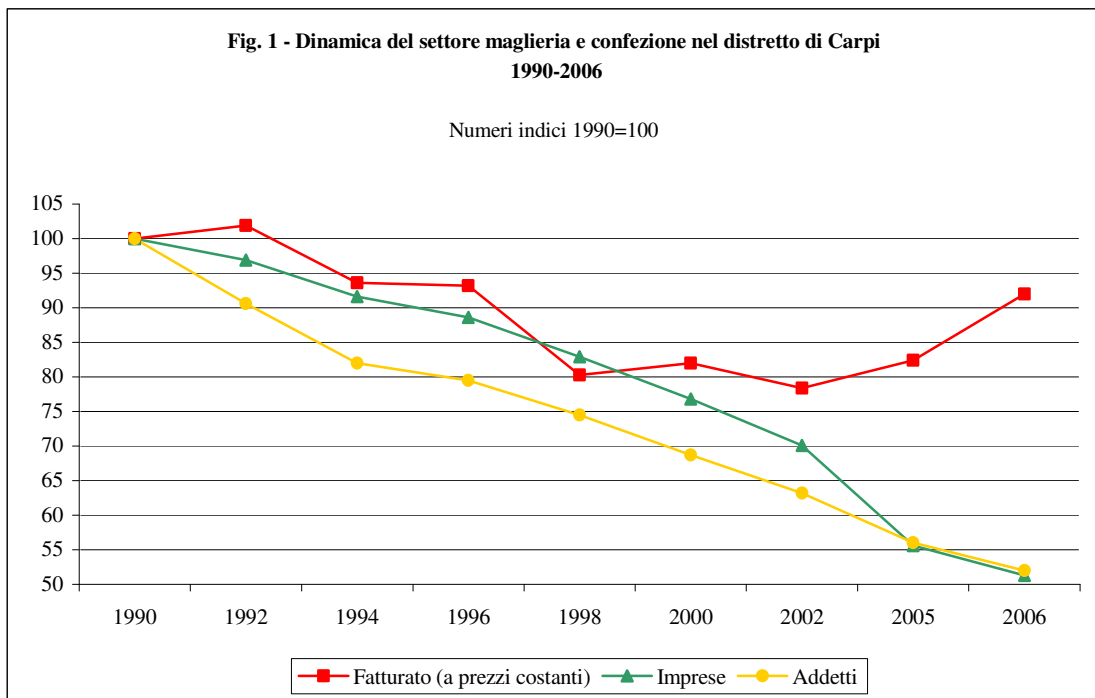
⁵ Il distretto di Carpi è formato dai comuni di Carpi, Cavezzo, Concordia, Novi e S. Possidonio. Quest'area territoriale, definita il "cuore del distretto", si caratterizza per avere una quota di occupati nel settore tessile abbigliamento sul totale manifatturiero pari a circa il 60%. Accanto al cuore del distretto è possibile individuare una "periferia", costituita dai comuni limitrofi che con Carpi intrattengono relazioni produttive. I comuni che appartengono alla periferia del distretto, appartenenti sia alla provincia di Modena che a quella di Reggio Emilia, sono caratterizzati da un minor grado di specializzazione settoriale, in quanto gli addetti al tessile abbigliamento rappresentano soltanto il 20-30% degli occupati nell'industria manifatturiera. I dati dell'Osservatorio si riferiscono al "cuore del distretto" che raccoglie oltre la metà delle imprese operanti in provincia di Modena e un quarto di quelle attive in Emilia Romagna.

congiuntura positiva, e, come verrà meglio descritto in seguito, i cambiamenti avvenuti nel sistema produttivo locale sono stati rilevanti.

Le imprese hanno ulteriormente qualificato e diversificato il prodotto, riorganizzato le reti distributive, investito in promozione e comunicazione. Hanno attivato cambiamenti che hanno determinato un recupero di competitività e parzialmente di quote di mercato. Il processo di riposizionamento delle imprese del distretto, iniziato da lungo tempo, come documentano i precedenti rapporti dell'Osservatorio, ha cominciato a dare i primi risultati positivi e si auspica che questi risultati possano essere consolidati nei prossimi anni.

La dinamica positiva del fatturato del settore maglieria e confezione si accompagna, come a livello nazionale, ad una ulteriore diminuzione del numero di imprese e di occupati (tav. 1). Il processo di selezione colpisce in modo particolare le imprese di subfornitura, che diminuiscono significativamente di numero, perdendo un elevato numero di lavoratori. Il ridimensionamento occupazionale del settore maglieria e confezione, in questa prima metà degli anni duemila, ha assunto un'intensità maggiore rispetto a quanto avvenuto nel corso degli anni novanta (tavv. 4-5). Negli ultimi anni, la componente che flette maggiormente è quella dei lavoratori autonomi, legata alla chiusura di numerose imprese di micro e piccola dimensione, e quella femminile, il cui peso, pur rimanendo maggioritario, diminuisce leggermente all'interno del settore (tavv. 8-9).

La divaricazione esistente fra la dinamica positiva del fatturato e quella negativa dell'occupazione deriva dal maggiore ricorso delle imprese del distretto a subfornitori di altre aree territoriali. Non solo attraverso delocalizzazioni all'estero, che rispetto ad altri sistemi produttivi rimangono contenute, ma anche per lo spostamento di produzioni in aree vicine al distretto, caratterizzate dalla diffusa presenza di subfornitori di etnia cinese. Il distretto di Carpi è sempre stato un sistema produttivo aperto, avendo fin dalle sue origini decentrato produzioni fuori dei propri confini territoriali. Un sistema produttivo che pur avendo incrementato le delocalizzazioni verso i paesi esteri, continua comunque a produrre prevalentemente in Italia.



Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 1 - Il settore maglieria e confezione nel distretto di Carpi nel periodo 1990-2006
Valori riferiti all'universo delle imprese

	1990	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2005	2006 pre consunti vo
Fatturato (milioni di euro)									
- prezzi correnti	1.042	1.110	1.047	1.094	981	1.027	1.023	1.170	1.273
- prezzi costanti (2000=100)						1.027	982	1.070	1.151
- prezzi costanti (1996=100)	1.173	1.196	1.099	1.094	943	962	920	1.003	1.079
Quota export (%)	22,4	25,6	36,0	38,4	36,7	37,5	36,8	30,6	30,3
Imprese	2.258	2.188	2.068	2.000	1.871	1.735	1.583	1.255	1.158
Addetti delle imprese	14.005	12.692	11.491	11.137	10.430	9.627	8.960	7.841*	7.278*
di cui in u.l. del distretto	13.509	12.152	10.971	10.665	10.027	9.340	8.642	7.497	
in u.l. fuori distretto	496	540	520	472	403	287	271	344	
Addetti in imprese di produzione estere collegate**								2.750	

*comprende l'occupazione di una unità locale di impresa con sede fuori provincia.

** imprese estere partecipate da imprese del distretto.

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 2 - Variazione del fatturato, delle imprese e degli occupati, 1990-2006
Valori riferiti all'universo delle imprese

	1990-2000		2000/2006	
	v.a.	%	v.a.	%
Fatturato (a prezzi costanti)		-18,0		+12,1
Imprese	-523	-23,2	-577	-30,0
Addetti	-4.378	-31,3	-2.349	-24,4
di cui:				
Imprese finali	-3.190	-42,0	-735	-16,7
Imprese di subfornitura	-1.189	-18,7	-1.653	-31,7

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 3 - Variazione del fatturato, delle imprese e degli occupati, 2000-2006
Valori riferiti all'universo delle imprese

	2000/2002		2002/2005		2005/2006		2000/2006	
	2 anni		3 anni		pre-consuntivo 1 anno		6 anni	
	v.a.	v.a.	v.a.	v.a.	%	%	v.a.	%
Fatturato (milioni di euro a prezzi costanti)	-45	-4,4	+89	+9,6	+81	+7,6	+124	+12,1
Imprese	-152	-8,8	-328	-20,7	-97	-7,7	-577	-30,0
Addetti*	-667	-6,9	-1.119	-12,5	-563	-7,2	-2.349	-24,4

*comprende l'occupazione di una unità locale di impresa con sede fuori provincia.

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 4 - Imprese di maglieria e confezione per tipo di impresa, 1990-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	1990		2000		2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Imprese finali	589	26,1	353	20,3	357	22,6	324	25,8	310	26,8
Imprese di subfornitura	1.669	73,9	1.383	79,7	1.226	77,4	931	74,2	848	73,2
Totale	2.258	100,0	1.735	100,0	1.583	100,0	1.255	100,0	1.158	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 5 - Addetti delle imprese di maglieria e confezione per tipo di impresa, 1990-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	1990		2000		2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Imprese finali	7.603	54,3	4.413	45,8	4.061	45,3	3.850	49,3	3.678	50,8
Imprese di subfornitura	6.403	45,7	5.214	54,2	4.899	54,7	3.952	50,7	3.561	49,2
Totale	14.005	100,0	9.627	100,0	8.960	100,0	7.802	100,0	7.239	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 6 - Imprese di maglieria e confezione per classe di addetti, 1990-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	1990		2000		2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	v.a.	%	%	v.a.	%	v.a.	%
Fino a 9	1.981	85,5	1.502	86,6	1.368	86,4	1.044	83,2	952	82,2
10-49	309	13,7	222	12,8	205	13,0	199	15,9	194	16,8
50 e oltre	18	0,8	11	0,6	10	0,6	11	0,9	11	1,0
Totale	2.258	100,0	1.735	100,0	1.583	100,0	1.255	100,0	1.158	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 7 - Addetti delle imprese di maglieria e confezione per classe di addetti, 1990-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	1990		2000		2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Fino a 9	6.231	44,5	4.670	48,5	4.292	47,9	3.283	42,1	2.895	40,0
10-49	5.473	39,1	3.990	41,4	3.771	42,1	3.548	45,5	3.392	46,9
50 e oltre	2.302	16,4	967	10,0	898	10,0	971	12,4	951	13,1
Totale	14.005	100,0	9.627	100,0	8.960	100,0	7.802	100,0	7.239	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 8 - Lavoro autonomo e lavoro dipendente nelle imprese di maglieria e confezione, 1990-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	1990		2000		2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Autonomi	4.429	31,6	3.154	32,8	2.806	31,3	2.191	28,1
Dipendenti	9.577	68,3	6.473	67,2	6.154	68,7	5.611	71,9
Totale	14.005	100,0	9.627	100,0	8.960	100,0	7.802	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 9 - Addetti delle imprese di maglieria e confezione per sesso, 2000-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	2000		2002		2005	
	%	%	v.a.	%	v.a.	%
Femmine	6.671	69,3	6.096	68,0	5.174	66,3
Maschi	2.956	30,7	2.864	32,0	2.628	33,7
Totale	9.627	100,0	8.960	100,0	7.802	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

2.2 *Le imprese finali*

2.2.1 *La dimensione*

Nel periodo considerato in questo rapporto, che comprende gli anni 2002-2006, le imprese finali⁶ del distretto subiscono un processo di ulteriore selezione che colpisce particolarmente le aziende di minori dimensioni.

La diminuzione delle imprese e degli occupati si concentra nelle imprese della classe fino a 9 addetti e in quelle della classe intermedia 10-49 occupati. L'occupazione delle imprese finali diminuisce nel complesso, ma in misura meno rilevante rispetto ai periodi precedenti (tavv. 11-12).

Le imprese finali del distretto si caratterizzano da sempre per avere dimensioni molto piccole, ancora oggi i due terzi ha meno di dieci occupati, ma in questi ultimi anni il peso occupazionale e di fatturato di questa categoria di imprese si è progressivamente ridimensionato. In termini di fatturato, le imprese finali di minori dimensioni sono le uniche a subire perdite significative, mentre le aziende più strutturate incrementano in misura rilevante il valore della produzione (tav. 13).

La ripresa del settore maglieria e confezione nel distretto di Carpi vede come protagoniste un nucleo di imprese strutturate⁷, le cui brillanti performance hanno determinato un incremento del grado di concentrazione della produzione. Le prime cinque imprese dell'area sviluppano attualmente quasi un terzo del fatturato del distretto, che rappresenta un indice di concentrazione contenuto, ma mai registrato negli ultimi quindici anni⁸ in questo sistema produttivo (tav. 15).

Le difficoltà delle imprese finali di minori dimensioni non sono tuttavia imputabili esclusivamente al fattore dimensionale, in quanto fra queste aziende vi sono numerosi casi di imprese che vanno bene sul mercato, ma derivano dalla particolare concentrazione, in

⁶ Le imprese finali sono quelle che progettano e commercializzano il prodotto, acquistano le materie prime e coordinano la produzione che generalmente viene decentrata a imprese di subfornitura.

⁷ Le imprese strutturate che trainano la ripresa del settore maglieria e confezione nel distretto di Carpi hanno una dimensione occupazionale compresa fra i 20 e i 200 occupati.

⁸ Le prime 15 imprese del distretto per valore del fatturato sono rappresentate da: Liu Jo, Blufin, Champion, Luca Maglierie, Denny Rose, Spazio Sei, Lormar, Gaudi Trade, Baroni, Light Force, Wanda Mode, Via delle Perle, Elisabeth Mambrini, Lorel Miss, Olmar e Mirta.

questa classe dimensionale, di imprese che, pur realizzando prodotti di fascia media o medio-alta, operano con canali distributivi indiretti (vendendo a grossisti) e non investono sul proprio marchio. La dimensione aziendale non è una variabile sufficiente per spiegare le performance delle imprese del distretto. Fra le aziende più piccole vi sono imprese che operano in nicchie di mercato estremamente qualificate e che hanno livelli di redditività molto elevati, così come fra le imprese più strutturate vi sono aziende in declino a causa del posizionamento su prodotti a basso valore aggiunto e ad elevata concorrenza.

La tendenza generale che emerge dai dati aggregati nasconde quindi dinamiche molto differenziate, ma è indubbio che la crescita di un nucleo di imprese di successo, con fatturati superiori ai dieci milioni di euro, ha contribuito ad invertire il trend negativo nel quale il distretto era inserito ormai da lungo tempo.

Tav. 10 - Dimensione media delle imprese finali per classe di addetti, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Addetti per impresa			Fatturato per impresa (milioni di euro correnti)			Fatturato per addetto (migliaia di euro correnti)		
	2002	2005	2006	2002	2005	2006	2002	2005	2006
Fino a 9	4,5	4,6	4,6	0,9	0,8	0,7	205	167	165
10-49	19,4	18,6	18,2	5,0	6,2	7,0	260	334	387
50 e oltre*	94,0	91,8	90,0	27,3	35,0	40,0	290	381	440
Totale	11,4	11,9	11,9	2,9	3,6	4,1	252	304	346

*compresi gli addetti in unità locali fuori distretto.

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 11 - Imprese finali per classe di addetti, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Fino a 9	237	66,5	208	64,1	197	63,6
10 – 49	111	31,0	106	32,8	103	33,1
50 e oltre	9	2,5	10	3,1	10	3,2
Totale	357	100,0	324	100,0	310	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 12 - Addetti delle imprese finali per classe di addetti, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Fino a 9	1.064	26,2	956	24,8	902	24,5
10 - 49	2.149	52,9	1.976	51,3	1.878	51,1
50 e oltre	848	20,9	918	23,8	898	24,4
Totale	4.061	100,0	3.850	100,0	3.678	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 13 - Fatturato delle imprese finali per classe di addetti, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Fino a 9	218	21,3	160	13,6	149	11,7
10 - 49	559	54,6	660	56,4	726	57,2
50 e oltre	246	24,0	350	29,9	395	31,1
Totale	1.023	100,0	1.170	100,0	1.273	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 14 - Fatturato delle imprese finali per classe di fatturato, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Fino a 1,25 milioni	139	13,6	90	7,7	86	6,8
1,25 - 2,5	115	11,2	123	10,5	118	9,2
2,5 - 10,0	366	34,8	260	22,2	260	20,5
10,0 e oltre	413	40,4	696	59,5	809	63,5
Totale	1.023	100,0	1.170	100,0	1.273	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 15 - Concentrazione della produzione e degli addetti nelle imprese finali, 1990-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Fatturato					Addetti				
	1990 %	2000 %	2002 %	2005 %	2006 %	1990 %	2000 %	2002 %	2005 %	2006 %
Prime 5 imprese	17,2	14,1	18,7	24,9	26,9	15,9	10,2	11,3	12,0	14,5
Prime 10 imprese	25,1	21,0	26,2	33,2	34,9	21,5	19,3	16,6	18,6	20,9

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

2.2.2 Il prodotto

L'analisi della dinamica del settore consente di far emergere le profonde differenze che caratterizzano il comparto della maglieria e quello della confezione su tessuto. Le imprese finali di maglieria sono le più numerose, ma da lungo tempo subiscono un significativo processo di ridimensionamento.

A fronte di una crescita molto rilevante del fatturato realizzato con prodotti della confezione, si registra un forte calo dei prodotti di maglieria, tanto che nel 2005, per la prima volta nella storia del distretto, il valore della produzione di confezioni supera quello di capi in maglia. Questo dato esprime chiaramente l'ampliamento avvenuto nella gamma dei prodotti offerti dalle imprese locali ed assume un significato importante se si considera che il distretto di Carpi è sempre stato caratterizzato da una elevata specializzazione nella produzione di maglieria (tav. 21).

Le aziende finali che registrano le maggiori perdite di fatturato sono quelle che realizzano solo maglieria, mentre le imprese di sola confezione registrano una crescita contenuta. Le performance migliori sono, invece, da attribuire alle imprese che offrono una gamma di prodotti completa (composta sia di capi in tessuto che di capi in maglia), il cui fatturato rappresenta attualmente la quota maggioritaria all'interno del distretto (tavv. 19-20).

I cambiamenti avvenuti nella gamma dei prodotti offerti riguardano anche i consumatori di riferimento e le fasce di mercato. Molte più aziende, rispetto al passato, hanno segmentato l'offerta di prodotti in relazione alle diverse tipologie di consumatori, incrementando in modo particolare le produzioni destinate alla donna e al bambino, caratterizzate da una maggiore variabilità della moda (tav. 23).

Il posizionamento di mercato delle imprese locali si rafforza sulla fascia alta del mercato, anche se rimangono differenze significative fra maglieria e confezione. Nella maglieria le produzioni di fascia alta hanno un peso ancora marginale, mentre nella confezione rappresentano una quota significativa, pari a circa un quarto della produzione del comparto (tavv. 24-25).

Se è vero che a livello aggregato le produzioni di maglieria subiscono il ridimensionamento maggiore e le produzioni che crescono maggiormente sono quelle di

fascia alta e medio-alta, sono tuttavia presenti nel distretto casi di imprese di maglieria che hanno avuto, in questi ultimi anni, ottime performance di mercato e casi di aziende posizionate sulla fascia media che hanno registrato notevoli successi. Ancora una volta, la realtà delle imprese finali appare notevolmente differenziata, a conferma della presenza di una molteplicità di strategie di risposta ai cambiamenti del contesto esterno. L'elemento che accomuna questi casi, come si dirà meglio in seguito, oltre all'attività di ricerca stilistica sul prodotto, è rappresentato dagli investimenti realizzati nella promozione del marchio.

Tav. 16 - Imprese finali per comparto prevalente, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Maglieria	250	70,0	222	68,5	220	71,0
Confezione	107	30,0	102	31,5	90	29,0
Totale	357	100,0	324	100,0	310	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 17 - Addetti delle imprese finali per comparto prevalente, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Maglieria	2.459	60,5	2.169	56,3	2.077	56,5
Confezione	1.602	39,5	1.680	43,7	1.601	43,5
Totale	4.061	100,0	3.850	100,0	3.678	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 18 - Fatturato delle imprese finali per comparto prevalente, 2002-2006
Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Maglieria	549	53,7	456	39,0	474	37,2
Confezione	474	46,3	714	61,0	799	62,8
Totale	1.023	100,0	1.170	100,0	1.273	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 19 - Imprese finali monocomparto e pluricomparto, 2002-2006
Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Solo Maglieria	207	58,1	173	53,5	171	55,2
Solo Confezione	52	14,7	67	20,7	66	21,3
Pluricomparto	97	27,3	84	25,8	73	23,5
Totale	357	100,0	324	100,0	310	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 20 - Fatturato delle imprese finali monocomparto e pluricomparto, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Solo Maglieria	406	39,7	302	25,8	303	23,8
Solo Confezione	209	20,4	222	19,0	217	17,0
Pluricomparto	408	39,9	645	55,2	753	59,2
Totale	1.023	100,0	1.170	100,0	1.273	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 21 - Fatturato delle imprese finali per prodotto realizzato, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Maglieria	617	60,3	537	45,9
Confezione	347	33,9	586	50,1
Intimo	56	5,5	41	3,5
Altro*	3	0,3	5	0,4
Totale	1.023	100,0	1.170	100,0

*comprende accessori dell'abbigliamento

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 22 - Distribuzione del fatturato delle imprese finali per prodotto realizzato e comparto prevalente, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Maglieria		Confezione	
	2002 %	2005 %	2002 %	2005 %
Maglieria	95,1	91,7	20,0	16,6
Confezione	4,3	7,8	68,2	77,2
Intimo	0,3	0,2	11,4	5,6
Altro*	0,3	0,3	0,4	0,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

*comprende accessori dell'abbigliamento

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 23 - Fatturato delle imprese finali per consumatore di riferimento, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Donna	787	76,9	912	77,9
Uomo	186	18,1	139	11,9
Bambino	37	3,6	97	8,3
Unisex	14	1,4	2	0,2
Totale	1.023	100,0	1.170	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 24 - Imprese finali per fascia di mercato, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

Multirisposta	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Alta	29	8,0	41	12,6
Medio-alta	200	56,1	198	61,2
Media	168	47,1	156	48,1
Medio-bassa	39	10,8	46	14,4
Bassa	-	-	-	-
Totale	357	100,0	324	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 25 - Distribuzione del fatturato delle imprese finali per fascia di mercato prevalente e comparto prevalente, 2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Maglieria % fatturato	Confezione % fatturato
Alta	1,3	23,8
Medio-alta	61,9	37,4
Media	30,4	38,4
Medio-bassa	6,4	0,1
Bassa	-	-
Totale	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

2.2.3 *La progettazione e il campionario*

In questi ultimi anni prosegue e si rafforza la tendenza all'incremento della produzione realizzata sulla base di campionari ideati dalle imprese finali del distretto, indicati come "campionari propri". Le imprese finali che producono solo collezioni proprie sono aumentate di numero, mentre sono diminuite quelle che producono anche, o esclusivamente, modelli ideati dai clienti⁹ (tav. 26).

La strategia prevalentemente seguita dalle imprese finali è stata quindi quella di investire nella ideazione e progettazione di proprie collezioni, attraverso un rilevante potenziamento degli staff dedicati a queste attività. Gli addetti attualmente operanti nell'ambito della progettazione dei campionari rappresentano ben un quarto degli occupati delle imprese finali. Si tratta di oltre novecento lavoratori, ai quali si aggiungono duecento stilisti nel ruolo di consulenti esterni delle imprese, che costituiscono l'area creativa e strategica delle imprese di questo settore (tav. 31).

Una caratteristica del distretto di Carpi che si rafforza ulteriormente è la capacità di offrire una gamma molto ampia di modelli. Il numero medio di modelli progettati in un anno dalle imprese finali aumenta in misura significativa, soprattutto fra le imprese di confezione e fra quelle di dimensioni non piccolissime. Questo risultato esprime l'orientamento delle imprese verso una sempre maggiore segmentazione dell'offerta per tipologie di prodotto e di consumatori (tavv. 28-29).

La capacità creativa rappresenta la forza di questo sistema produttivo che si alimenta grazie anche alla presenza di molti protagonisti, e cioè di numerose imprese finali (oltre trecento), anche di piccole dimensioni, che ricercano e progettano nuovi prodotti interpretando le tendenze della moda e le esigenze dei consumatori.

Se la scelta di puntare su produzioni di propria ideazione è prevalente all'interno del distretto, rappresentando in valore quasi il novanta per cento totale, vi sono imprese che

⁹ Le imprese del distretto hanno sempre prodotto prevalentemente sulla base di propri campionari, e quindi di modelli di propria ideazione, mentre la produzione di modelli ideati dai clienti, rappresentati generalmente dalla grande distribuzione estera, da grossisti/importatori o da altri produttori, è sempre stata minoritaria. In quest'ultimo caso, l'impresa finale realizza il prototipo, l'industrializzazione del prodotto e la sua produzione, ma non avendo ideato il prodotto non può apporvi il proprio marchio.

hanno scelto di produrre per griffe, stilisti o grandi marchi industriali, anche esterni al distretto, acquisendo licenze di produzione oppure operando in qualità fornitori qualificati (tav. 27). Questa strategia ha consentito a un nucleo di imprese finali di posizionarsi sulla fascia alta del mercato e di accrescere al proprio interno le competenze legate alla progettazione e realizzazione delle collezioni, attraverso un rapporto di stretta collaborazione con gli staff creativi delle griffe e degli stilisti per cui lavorano. Queste imprese hanno spesso un ruolo propositivo nella fase di preparazione delle collezioni, in quanto specializzate ed esperte nel tipo di prodotto che realizzano per queste griffe e stilisti. Negli ultimi anni queste produzioni hanno registrato un trend di crescita e le recenti acquisizioni di licenze e di marchi fanno presumere un loro ulteriore incremento.

Le imprese che sono state più penalizzate negli ultimi anni, come si è detto, sono quelle che producono sulla base di modelli ideati da clienti diversi da griffe, stilisti o grandi marchi industriali. Si tratta di aziende che lavorano per grossisti, importatori, cataloghisti, grande distribuzione estera e che operano su fasce di mercato molto esposte alla concorrenza di prezzo. La maggior parte di queste imprese ha dimensioni molto piccole e da lungo tempo risente del calo degli ordini provenienti da questo tipo di clienti che si rivolgono, sempre più spesso, direttamente a paesi e produttori a basso costo.

Le tendenze emerse in questi anni sono comuni sia al comparto della maglieria sia a quello della confezione, ma è nella maglieria che rimangono più presenti produzioni realizzate su modello dei clienti, clienti rappresentati dalla grande distribuzione estera e da grossisti/importatori.

Un'altra caratteristica del distretto riguarda la produzione di serie di produzione molto piccole che si conferma nel lungo periodo un dato strutturale. Le tendenze più recenti indicano un'ulteriore diminuzione delle serie di produzione nella maglieria, dovute al forte calo del fatturato subito da questo comparto (tav. 30). L'elevata frammentazione della produzione, dovuta alla grande varietà di modelli prodotti, e la produzione di serie corte rappresentano la caratteristica principale dell'offerta produttiva del distretto.

Tav. 26 - Imprese finali per tipo di campionario, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Solo campionario proprio	192	54,1	223	69,0
Campionario proprio e modelli del cliente	128	35,6	75	23,0
Solo modelli del cliente	36	10,2	26	8,0
Totale	357	100,0	324	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 27 – Fatturato delle imprese finali per tipo di produzione realizzata e comparto prevalente, 2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	Maglieria		Confezione		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Produzione su campionario proprio	372	81,5	661	92,6	1.033	88,3
Produzione per griffe, stilisti o grandi marchi industriali di cui:	44	9,6	43	6,0	86	7,4
su licenza	30	6,5	40	5,6	69	5,9
senza licenza	14	3,1	3	0,4	17	1,5
Produzione su licenza per altri produttori (esclusi quelli già citati)	10	2,2	-	-	10	0,9
Altra produzione su modello del cliente	30	6,7	10	1,4	40	3,4
Totale	456	100,0	714	100,0	1.170	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 28 - Modelli progettati in un anno dalle imprese finali per comparto prevalente, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	N° imprese		N° modelli		N° medio collezioni per impresa		N° medio modelli per impresa	
	2002	2005	2002	2005	2002	2005	2002	2005
Maglieria	250	222	67.722	64.047	3,6	4,3	271	288
Confezione	107	102	31.500	34.310	3,9	3,7	294	336
Totale	357	324	99.222	98.357	3,7	4,2	278	304

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 29 - Modelli progettati in un anno dalle imprese finali per classe di addetti, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	N° imprese		N° modelli		N° medio collezioni per impresa		N° medio modelli per impresa	
	2002	2005	2002	2005	2002	2005	2002	2005
Fino a 9	237	208	41.561	31.448	3,2	3,4	175	151
10-49	111	106	50.189	55.981	4,3	5,1	452	528
50 e oltre	9	10	7.472	10.928	6,4	11,0	830	1.092
Totale	357	324	99.222	98.357	3,7	4,2	278	304

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 30 - Modelli e fatturato medio per modello delle imprese finali, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002	2005
N° imprese finali	357	324
N° modelli (realizzati in un anno)	99.222	98.357
N° medio modelli per impresa (realizzati in un anno)	278	304
Fatturato medio per modello (euro a prezzi costanti 2000=100)	9.869	10.878
<i>Di cui: Maglieria</i>	7.863	6.651
<i>Confezione</i>	14.277	18.770

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 31 – Addetti alla progettazione delle collezioni nelle imprese finali per classe di addetti, 2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	Imprese	Addetti alla progettazione delle collezioni interni alle imprese		Stilisti esterni	
		v.a.	% sul totale addetti	v.a.	% imprese che utilizzano stilisti esterni
Fino a 9	208	274	30,4	115	3,8
10-49	106	478	25,5	81	21,3
50 e oltre	10	159	17,7	9	40,0
Totale	324	911	23,7	205	10,7

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

2.2.4 Il calendario di produzione

Negli ultimi anni la produzione del distretto che ha registrato una crescita molto rilevante è quella realizzata secondo il calendario cosiddetto “programmato”¹⁰, che prevede la progettazione delle collezioni con un anno di anticipo rispetto alla stagione di vendita. Questo tipo di produzione, da lungo tempo prevalente nell’area, ha determinato la crescita complessiva del fatturato del distretto (tav. 33).

La produzione che ha subito invece un significativo ridimensionamento è quella realizzata secondo il calendario “pronto moda”¹¹, caratterizzato da una progettazione delle collezioni molto più vicina alla stagione di vendita al consumatore finale. Le imprese pronto moda sono diminuite di numero e hanno registrato una forte riduzione del fatturato, sia nella maglieria che nella confezione, pur rimanendo la maglieria il comparto in cui la produzione pronto moda ha un peso più elevato (tavv. 34-35).

La dinamica negativa registrata dalle imprese pronto moda, orientate da sempre verso il mercato interno e il canale indiretto dell’ingrosso, dimostra come molte di esse non siano state in grado di agganciare la ripresa dei consumi di abbigliamento. Numerose hanno dimensioni molto piccole e non posseggono marchi riconosciuti dal consumatore finale. In numerosi casi vendono prodotti con il marchio del cliente (il grossista) o con marchi di fantasia che non consentono il riconoscimento dell’impresa produttrice. La caratteristica di queste aziende è la rapidità con la quale sono in grado di ideare, produrre e immettere sul mercato un prodotto ad elevato contenuto moda, rispondendo alla domanda di prodotti, modelli e colori costantemente aggiornati.

Questa tipologia di aziende, molto numerosa e consistente verso la fine degli anni ottanta, sta subendo da lungo tempo una forte selezione, determinata dalla concorrenza di numerosi produttori nazionali e da produzioni a minor costo rispetto a quelle locali.

¹⁰ Il calendario “programmato” prevede la progettazione delle collezioni con un anticipo di circa un anno rispetto alla stagione di vendita, e a questa fase segue la raccolta ordini, la messa in produzione e la spedizione ai clienti.

¹¹ Il calendario “pronto moda” prevede la progettazione delle collezioni con un anticipo di pochi mesi rispetto alla stagione di vendita e un prolungamento dell’attività di progettazione anche durante la

Esse sono presenti sia fra le imprese di piccola dimensione (fino a 9 addetti) sia fra quelle della classe 10-49 occupati, rappresentando, in entrambi i casi, meno di un terzo delle aziende finali del distretto. Fra le imprese di minori dimensioni, quelle pronto moda non sono le uniche a vendere attraverso i grossisti; anche numerose aziende con calendario programmato operano con questo canale distributivo.

Nel distretto soltanto alcune, fra le imprese pronto moda più strutturate, hanno registrato una crescita del fatturato sul mercato italiano, in controtendenza rispetto alla maggior parte delle imprese pronto moda dell'area, distinguendosi per gli investimenti realizzati nella promozione del proprio marchio. I casi di imprese pronto moda di successo dimostrano, ancora una volta, come non vi sia una sola strategia vincente e le risposte al cambiamento del contesto competitivo possano essere differenziate e molteplici.

D'altra parte, sia a livello nazionale che internazionale, vi sono casi di aziende che hanno adottato il modello organizzativo del pronto moda e che grazie al controllo diretto della distribuzione, attraverso catene di negozi propri o in franchising, sono state in grado di raggiungere risultati di grande rilievo¹².

stagione di vendita per soddisfare le richieste non programmate del mercato. I tempi di ideazione e di produzione dei capi sono molto rapidi e spesso contemporanei.

¹² Fra i casi di imprese pronto moda che hanno catene di negozi propri o in franchising vi sono, in Emilia Romagna, Cris Confezioni (marchio Pinko) e Teddy (marchio Terranova), mentre a livello internazionale si può ricordare Inditex (marchio Zara).

Tav. 32 - Imprese finali per calendario prevalente di produzione, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Programmato	234	65,5	219	67,6	206	66,4
Pronto moda	116	32,4	86	26,6	85	27,5
Altro	7	2,1	19	5,8	19	6,1
Totale	357	100,0	324	100,0	310	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 33 - Fatturato delle imprese finali per calendario prevalente di produzione, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Programmato	749	73,2	979	83,7	1.080	84,9
Pronto moda	255	25,0	176	15,0	178	14,0
Altro	19	1,9	15	1,2	15	1,1
Totale	1.023	100,0	1.170	100,0	1.273	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 34 - Fatturato delle imprese finali per tipo di produzione in base al calendario, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Programmato	682	66,7	901	77,0
Flash	35	3,4	40	3,4
Riassortimenti	41	4,0	30	3,3
Pronto moda	249	24,3	172	14,7
Altro (prodotti continuativi)	16	1,6	18	1,5
Totale	1.023	100,0	1.170	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 35 – Distribuzione del fatturato delle imprese finali per tipo di produzione in base al calendario per comparto prevalente, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	Maglieria		Confezione	
	2002 %	2005 %	2002 %	2005 %
Programmato	65,2	68,5	68,4	82,5
Flash	3,7	7,3	3,2	1,0
Riassortimenti	3,7	3,6	4,4	3,1
Pronto moda	25,5	18,2	23,0	12,5
Altro	2,1	2,4	1,0	1,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

2.2.5 Il mercato e i canali distributivi

Il mercato

Nel periodo considerato, 2002-2006, la crescita del fatturato del distretto è stata trainata dal mercato interno. Le vendite sul mercato italiano sono aumentate in misura molto rilevante, mentre quelle sui mercati esteri hanno subito una flessione, recuperata soltanto nel corso degli ultimi anni grazie ad una ripresa delle esportazioni.

Le dinamiche registrate nei mercati di sbocco hanno determinato una diminuzione della propensione esportatrice del distretto, che rafforza in questi anni il proprio orientamento verso il mercato interno, al quale destina oltre i due terzi della produzione (tav. 36).

I dati aggregati rappresentano il risultato di tendenze molto diverse che interessano il comparto della maglieria e della confezione. Le imprese di maglieria perdono quote sui mercati internazionali, subendo una diminuzione significativa delle esportazioni, e non registrano un aumento delle vendite sul mercato interno, con un risultato complessivamente molto negativo in termini di calo del fatturato (tav. 39).

Le imprese di confezione mostrano invece una crescita sia delle vendite in Italia sia delle esportazioni, anche se di intensità leggermente inferiore, che determina un aumento rilevante del fatturato complessivo (tav. 40).

In relazione a queste diverse dinamiche, il comparto della maglieria vede diminuire la propria propensione esportatrice, mentre quello della confezione la mantiene sostanzialmente stabile.

All'interno dei due comparti vi è una tendenza comune che riguarda le imprese di piccole dimensioni. Sia nella maglieria che nella confezione, le aziende di minori dimensioni (fino a 9 addetti) registrano una diminuzione del fatturato sia sul mercato interno sia sui mercati internazionali, ridimensionando il proprio peso all'interno del settore. Come è stato detto, questa tendenza non è riconducibile esclusivamente alla dimensione aziendale, ma al fatto che tra le imprese più piccole si concentrano quelle che operano per canali distributivi indiretti (come i grossisti) e che in questi anni non hanno investito sul proprio marchio. Questa tipologia di imprese è da lungo tempo penalizzata da

una concorrenza crescente basata sul prezzo che colpisce molti prodotti di fascia media non supportati da politiche di marchio che li rendano riconoscibili dal consumatore finale.

Le imprese del distretto che operano sui mercati esteri sono numerose, oltre l'ottanta per cento del totale, e anche fra quelle di minori dimensioni la maggior parte esporta (tavv. 41-42). Molte aziende, tuttavia, lavorano per un limitato numero di mercati esteri e incontrano difficoltà ad ampliare i paesi di esportazione dei propri prodotti. Le imprese di maglieria si contraddistinguono per avere una minore diversificazione dei mercati esteri di sbocco e un legame più forte con il mercato tedesco, mentre quelle di confezione hanno mercati esteri differenziati e legami più consistenti con i mercati asiatici e del nord america (tavv. 44-45). La recente ripresa dell'economia tedesca non ha inoltre determinato effetti positivi sulle esportazioni del distretto, che hanno continuato a diminuire in misura molto consistente. Dal 2000 ad oggi, le esportazioni di maglieria verso la Germania sono diminuite del settantacinque per cento e quelle di confezioni del sessanta per cento. Malgrado il crollo dei flussi di esportazione verso questo paese, la Germania è ancora il primo paese di sbocco delle esportazioni di maglieria dell'area.

Tav. 36 - Fatturato Italia ed estero delle imprese finali, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Italia	646	63,2	812	69,4	887	69,7
Estero	377	36,8	358	30,6	386	30,3
Totale	1.023	100,0	1.170	100,0	1.273	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 37 - Quota di export sul fatturato delle imprese finali per comparto prevalente, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002	2005	2006 pre-consuntivo
	% sul fatturato	% sul fatturato	% sul fatturato
Maglieria	46,4	38,5	39,2
Confezione	25,8	25,6	25,0
Totale	36,8	30,6	30,3

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 38 - Quota di export sul fatturato delle imprese finali per classe di addetti, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002	2005	2006 pre-consuntivo
	% sul fatturato	% sul fatturato	% sul fatturato
Fino a 9	37,3	25,3	23,5
10-49	36,9	27,6	27,2
50 e oltre	36,3	38,7	38,7
Totale	36,8	30,6	30,3

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 39 - Fatturato Italia ed estero delle imprese finali di maglieria, 2002-2006
Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Italia	295	53,6	281	61,5	288	60,8
Esteri	255	46,4	175	38,5	186	39,2
Totale	549	100,0	456	100,0	474	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 40 - Fatturato Italia ed estero delle imprese finali di confezione, 2002-2006
Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Italia	352	74,2	531	74,4	599	75,0
Esteri	122	25,8	183	25,6	200	25,0
Totale	474	100,0	714	100,0	799	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 41 – Imprese finali per presenza sui mercati esteri, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Esporta	314	88,0	250	77,2
Non esporta	43	12,0	74	22,8
Totale	357	100,0	324	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 42 – Imprese finali per presenza sui mercati esteri e classe di addetti, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005	
	Esporta	% sul totale	Esporta	% sul totale
Fino a 9 addetti	198	83,4	139	66,8
10-49	107	96,9	101	95,3
50 e oltre	9	100,0	10	100,0
Totale	314	88,0	324	77,1

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 43 – Imprese finali per numero di mercati esteri sui quali operano per classe di addetti, 2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Fino a 9 addetti		10-49		50 e oltre	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Non esporta	69	33,4	5	4,7	-	-
1 paese estero	42	20,1	2	2,3	-	-
2-3	45	21,3	18	16,4	1	10,0
4-5	28	13,7	14	13,0	-	-
6-10	19	9,0	25	23,5	3	30,0
11 e oltre	6	2,7	25	22,9	6	60,0
Non disponibile	-	-	18	17,0	-	-
Totale	208	100,0	106	100,0	10	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 44 – Imprese finali per paesi esteri nei quali esportano, 2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

1° paese % imprese		2° paese % imprese		3° paese % imprese	
Germania	18,8	Giappone	8,2	Francia	5,7
Francia	10,0	Spagna	6,0	Belgio	5,4
Grecia	9,7	Francia	5,2	Germania	5,1
Spagna	5,2	Hong Kong	4,2	Taiwan	4,2
Giappone	4,6	Belgio	4,1	Libano	4,0
Arabia S.	4,4	Kuwait	4,0	Giappone	2,9
Emirati Ar.	3,8	Olanda	4,0	Olanda	2,4
USA	3,3	Austria	3,5	Russia	1,7
Olanda	2,7	Germania	3,3	Svizzera	1,7
Russia	2,5	Portogallo	2,5	Spagna	1,4

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 45 – Imprese finali per primo paese estero di esportazione e comparto prevalente, 2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

Maglieria % imprese		Confezione % imprese	
1° paese		1° paese	
Germania	24,8	Arabia S.	14,0
Grecia	10,0	Spagna	12,2
Francia	9,3	Francia	11,7
Giappone	5,7	Grecia	9,0
Olanda	3,9	Usa	7,8
Emirati Ar.	2,0	Emirati A.	7,8
Spagna	2,0	Russia	5,8
Usa	1,8	Germania	5,6
Russia	1,0	Giappone	2,3
Spagna	0,5	Belgio	2,2

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

I canali distributivi

E' ormai da lungo tempo che le imprese finali del distretto stanno modificando i canali distributivi di riferimento, ma è nel corso degli ultimi anni che questo processo ha registrato una notevole accelerazione.

Le vendite che sono cresciute maggiormente sono quelle destinate direttamente al dettaglio indipendente, che attualmente rappresenta il canale distributivo principale delle imprese dell'area, assorbendo oltre la metà del fatturato del settore, mentre le vendite che hanno subito forti flessioni sono quelle destinate al canale indiretto dell'ingrosso e alla grande distribuzione, canali sui quali la concorrenza di prezzo è molto elevata (tav. 46).

La strategia distributiva seguita dalle imprese finali del distretto si è orientata decisamente verso il superamento dell'intermediazione commerciale del grossista, coerentemente con la politica di ulteriore qualificazione del prodotto e di riposizionamento su fasce di mercato più elevate. Questa trasformazione rappresenta un dato molto rilevante se si considera che il distretto di Carpi si caratterizza storicamente per il ricorso a canali distributivi indiretti.

L'investimento realizzato in questi anni dalle imprese, a livello organizzativo e di risorse umane, per potenziare l'area commerciale, marketing e comunicazione, è stato significativo e i risultati ottenuti decisamente brillanti. Questa strategia è stata affiancata dall'apertura di negozi propri e in franchising, che assorbono una quota ancora limitata delle vendite a causa delle dimensioni non elevate delle imprese più strutturate dell'area. L'acquisizione del controllo diretto delle reti distributive, attraverso proprie catene di negozi o catene in franchising, è una strategia accessibile ad un limitato numero di aziende, ma le vendite realizzate con questo canale distributivo sono in crescita.

Le tendenze rilevate nei canali distributivi sono comuni sia al comparto della maglieria che a quello della confezione. Tuttavia, nel comparto della confezione il processo di cambiamento è più rilevante, mentre nella maglieria le vendite destinate ai grossisti e alla grande distribuzione, pur diminuendo significativamente, mantengono un'incidenza elevata. La maggiore diversificazione dei canali distributivi utilizzati dalle imprese di maglieria è espressione di un posizionamento del prodotto su fasce di mercato più basse rispetto ai prodotti della confezione. Se nella confezione il canale del dettaglio assorbe i due terzi delle

vendite, nella maglieria le vendite a grossisti e alla grande distribuzione, insieme, costituiscono la quota maggioritaria (tav. 48).

L'analisi dei canali distributivi utilizzati dalle imprese appartenenti alle diverse classi dimensionali mette in evidenza la dipendenza elevata delle imprese di maglieria di minori dimensioni dal canale indiretto dell'ingrosso. Questo nucleo di aziende ha subito negli ultimi anni la maggiore flessione del fatturato, ma costituisce ancora oggi il gruppo di aziende più numeroso all'interno del distretto. Si può quindi prevedere che il processo di selezione delle imprese finali, in atto da lungo tempo, proseguirà ancora nei prossimi anni (tav. 47).

Tav. 46 - Fatturato delle imprese finali per canale distributivo, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Ingresso	356	34,8	343	29,3
Dettaglio	385	37,7	641	54,8
<i>di cui:</i>				
- negozi propri o in franchising	18	1,8	33	2,8
Grande distribuzione	157	15,4	100	8,6
Società commerciali	68	6,6	39	3,3
Altri produttori	46	4,5	42	3,6
Altri canali (cataloghisti, ecc.)	11	1,1	1	0,1
Totale	1.023	100,0	1.170	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 47 - Imprese finali per canale distributivo utilizzato, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

Multirisposta	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Ingresso	200	80,2	157	70,4
Dettaglio	89	35,7	108	48,6
<i>di cui:</i>				
- negozi propri o in franchising	3	3,2	7	6,2
Grande distribuzione	99	39,7	60	27,1
Società commerciali	24	9,8	24	10,7
Altri produttori	18	7,1	31	14,0
Altri canali (cataloghisti, ecc.)	8	3,1	-	-
Totale	250	100,0	222	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 48 - Distribuzione del fatturato delle imprese finali per canale distributivo e comparto prevalente, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Maglieria		Confezione	
	2002 %	2005 %	2002 %	2005 %
Ingresso	38,0	37,4	31,0	24,1
Dettaglio	27,7	35,4	49,2	67,2
<i>di cui:</i>				
- <i>negozi propri o in franchising</i>	-	0,2	3,8	4,5
Grande distribuzione	22,0	18,0	7,7	2,5
Società commerciali	5,5	2,4	7,9	3,9
Altri produttori	4,7	6,7	4,2	1,6
Altri canali (cataloghisti, ecc.)	2,0	-	-	0,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 49 - Distribuzione del fatturato delle imprese finali per canale distributivo e classe di addetti, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Fino a 9		10-49		50 e oltre	
	2002 %	2005 %	2002 %	2005 %	2002 %	2005 %
Ingresso	48,1	54,8	37,8	35,1	16,1	6,7
Dettaglio	21,0	28,3	34,8	52,4	58,8	71,4
<i>di cui:</i>						
- <i>negozi propri o in franchising</i>	-	-	0,0	0,0	7,4	9,4
Grande distribuzione	13,3	3,9	15,8	7,1	16,3	13,4
Società commerciali	4,6	0,9	6,6	3,3	8,3	4,4
Altri produttori	10,0	11,4	4,2	1,4	0,4	4,2
Altri canali (cataloghisti, ecc.)	3,0	0,7	0,8	0,0	-	-
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

I marchi

Negli ultimi anni le imprese finali hanno intensificato notevolmente gli investimenti nella promozione dei propri marchi e i risultati conseguiti sono decisamente rilevanti. Le vendite di prodotti con il marchio del produttore hanno registrato una crescita significativa e rappresentano attualmente oltre i due terzi del fatturato del distretto (tav. 50).

La strategia di promozione del proprio marchio ha consentito di raggiungere ottimi risultati soprattutto sul mercato interno ma anche sui mercati internazionali, e ha visto come protagoniste imprese appartenenti a classi dimensionali diverse, non solo le aziende più strutturate del distretto ma anche imprese di piccole dimensioni.

In questi anni, a fianco dei marchi più consolidati e di prestigio, si sono affermati marchi emergenti proposti da imprese giovani gestite da una nuova generazione di imprenditori¹³. Questo dato rappresenta una novità molto importante per il distretto di Carpi che si è storicamente caratterizzato per vendere un prodotto anonimo e non riconosciuto dal consumatore finale.

La visibilità che questi marchi hanno acquisito rappresenta un elemento cruciale nello spiegare il ritorno del distretto ad una crescita del fatturato. Grazie agli investimenti in comunicazione e promozione, le imprese sono riuscite a valorizzare l'attività di ricerca sul prodotto realizzata in questi anni.

Oltre all'affermazione dei propri marchi, alcune imprese del distretto hanno acquisito nuove licenze di produzione legate a marchi di prestigio di aziende locali e di imprese esterne al distretto. La produzione realizzata con marchi su licenza è in fase di crescita e i risultati potranno essere misurati nei prossimi anni.

Le produzioni che hanno subito una diminuzione del fatturato sono invece quelle vendute con il marchio del cliente e, come è stato detto, destinate al canale dei grossisti o della grande distribuzione. Questi canali distributivi impongono spesso l'utilizzo di un proprio marchio e vincoli stringenti per quanto riguarda il prezzo del prodotto. La perdita di

¹³ Fra i marchi più conosciuti e fra quelli emergenti vi sono: Blumarine (Anna Molinari, Blugirl), Liu-Jo (Liu-jo girl, L.jo, Liu-jeans, Ajay), Clips, Ki6? (Parrot, Les Parrotines, Lu-mà!, Mpd), Champion, Gaudi, Denny Rose, A-style, Love Sex Money, Twin Set, ecc.

questo tipo di clienti da parte delle imprese del distretto è legata essenzialmente a motivi di costo ed è dovuta alla forte concorrenza anche delle produzioni provenienti dai paesi esteri.

La strategia seguita dalle imprese dell'area orientata ad incrementare le vendite dirette al dettaglio, a promuovere il proprio marchio e ad acquisire contratti di licenza di marchi di prestigio costituisce l'elemento di novità sul quale si giocano le prospettive future del distretto.

Tav. 50 - Fatturato delle imprese finali per marchio utilizzato, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Propri	654	63,9	865	74,0
Su licenza	82	8,0	79	6,8
Clienti	278	27,2	200	17,1
Senza marchio	9	0,9	20	1,7
Totale	1.023	100,0	1.170	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 51 - Distribuzione del fatturato delle imprese finali per marchio utilizzato e comparto prevalente, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Maglieria		Confezione	
	2002 %	2005 %	2002 %	2005 %
Propri	47,5	52,0	83,0	87,9
Su licenza	9,7	8,7	6,0	5,6
Clienti	41,4	35,6	10,7	5,2
Senza marchio	1,4	3,6	0,3	0,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 52 - Distribuzione del fatturato delle imprese finali per marchio utilizzato e classe di addetti, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Fino a 9 %	10-49 %	50 e oltre %
Propri	53,1	75,4	80,7
Su licenza	-	9,5	4,8
Clienti	46,6	11,3	14,5
Senza marchio	0,3	2,9	-
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Le fiere e le missioni all'estero

In questi ultimi anni, le imprese del distretto hanno intensificato gli investimenti nella promozione del proprio marchio, con iniziative rivolte direttamente al consumatore finale. Le forme di promozione sono state varie e molteplici e comprendono il ricorso a *testimonial* legati al mondo dello spettacolo e della televisione, la diffusione di manifesti e cartellonistica in luoghi di grande affluenza o passaggio di pubblico, le inserzioni pubblicitarie sulle riviste di moda, la sponsorizzazione di manifestazioni sportive, ecc. Per numerose imprese le campagne promozionali rivolte direttamente al consumatore finale sono state intense e coordinate attraverso l'impiego di più mezzi di comunicazione.

Le modalità di promozione più orientate agli operatori del settore e ai potenziali clienti, comprendono tradizionalmente, le sfilate, la partecipazione a fiere e a missioni commerciali. Le sfilate realizzate per la presentazione delle collezioni vedono come protagoniste le imprese più affermate che operano sulle fasce alte del mercato, mentre la partecipazione a fiere e a missioni commerciali vengono utilizzate da un maggior numero di aziende.

Le imprese finali del distretto che nel corso degli ultimi tre anni hanno partecipato a fiere di settore o a missioni commerciali all'estero rappresentano circa il quaranta per cento del totale, e tra queste risultano più attive le imprese del comparto confezioni rispetto a quelle di maglieria (tav. 53).

Anche imprese di piccole dimensioni hanno partecipato a iniziative fieristiche ma, a differenza delle imprese più strutturate, queste si sono concentrate su alcune fiere italiane e in pochi casi hanno partecipato a fiere estere. Al crescere della dimensione aziendale, aumenta il numero di fiere frequentate dalle imprese e soprattutto si diversificano le fiere e i paesi esteri nei quali esse hanno sede (tavv. 54-55).

La fiera più frequentata dalle imprese di piccole dimensioni è Exit a Bologna, anche se aziende piccole con prodotti di fascia alta frequentano fiere specializzate in specifiche nicchie di mercato, come *Luxury&Yacht* a Verona e *Spazio Etoile* a Roma.

Nel complesso, le manifestazioni fieristiche più frequentate sono rappresentate dagli appuntamenti storici del settore, quali Pitti a Firenze, Milano Vende Moda, Pret à porter e Interselection a Parigi, Esma Modaprima a Milano.

Non mancano, tuttavia, imprese che hanno partecipato a eventi fieristici dalla storia più recente, quali CPM Moscow, la fiera più importante per il mercato russo; Bread&Butter a Berlino e a Barcellona, la fiera attualmente più “in” per l’abbigliamento giovane e trendy; Who’s Next a Parigi, salone dedicato alla moda dei giovanissimi; Afair ad Anversa, ecc.. La maggior parte delle imprese del distretto ha comunque partecipato a fiere con sede in Italia, Francia e Germania, mentre un gruppo meno numeroso, ma comunque significativo, ha partecipato a fiere localizzate in Spagna e Russia (tav. 56).

Considerando le missioni commerciali realizzate all’estero, si nota una maggiore diversificazione dei paesi di riferimento, rispetto a quelli emersi dall’elenco delle fiere di settore. Le missioni a cui hanno partecipato le imprese del distretto si concentrano in Francia, Gran Bretagna e Giappone, ma piccoli gruppi di imprese hanno realizzato, tra le altre, missioni in Russia, e nell’area asiatica, come Hong Kong e Cina (tav. 57).

Nel complesso, la partecipazione a fiere di settore e a missioni all’estero risulta comunque concentrata all’interno dell’area europea e se vi sono iniziative rivolte ai paesi asiatici, mancano invece quasi completamente azioni orientate al mercato americano. Considerando che il distretto di Carpi vende all’estero soltanto un terzo della produzione e che la propensione esportatrice è diminuita negli ultimi anni, emerge con evidenza come l’intensificazione delle attività di promozione delle imprese sui mercati esteri costituisca una leva fondamentale per dare nuove prospettive al distretto.

Tav. 53 - Imprese finali che negli ultimi 3 anni hanno partecipato a fiere e a missioni all'estero per comparto, 2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Maglieria		Confezione		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Solo fiere	49	22,2	59	58,1	108	33,4
Solo missioni	10	4,6	1	1,0	11	3,4
Fiere e missioni	13	5,7	2	2,2	15	4,6
Non ha partecipato né a fiere né a missioni	150	67,6	39	38,8	190	58,6
Totale	222	100,0	102	100,0	324	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 54 - Imprese finali che negli ultimi 3 anni hanno partecipato a fiere e a missioni all'estero per classe di addetti, 2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Fino a 9		10-49		50 e oltre	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Solo fiere	69	33,5	35	32,8	4	40,0
Solo missioni	8	3,8	1	1,1	2	20,0
Fiere e missioni	6	2,7	8	7,7	1	10,0
Non ha partecipato né a fiere né a missioni	125	60,0	62	58,4	3	30,0
Totale	208	100,0	106	100,0	10	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 55 - Imprese finali che negli ultimi 3 anni hanno partecipato a fiere per paese in cui ha sede la fiera e classe di addetti, 2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

Sedi delle fiere (Multirisposta)	Fino a 9 %	10-49 %	50 e oltre %	Totale %
Italia	100,0	43,1	80,0	81,1
Francia	7,5	77,2	20,0	30,1
Germania	14,2	3,2	20,0	11,0
Belgio	-	3,2	-	1,0
Gran Bretagna	-	3,2	-	1,0
Spagna	-	10,1	40,0	4,9
Russia	-	16,9	40,0	7,1
Ucraina	-	3,2	-	1,0
Usa	-	-	20,0	0,9
Totale imprese che hanno partecipato a fiere	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 56 - Imprese finali che negli ultimi 3 anni hanno partecipato a fiere per denominazione della fiera e classe di addetti, 2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

Nome delle fiere (Multirisposta)	Fino a 9 %	10-49 %	50 e oltre %	Totale %
<i>Fiere italiane</i>				
Milano Vende Moda	17,1	34,0	-	21,8
Esmà Modaprima Milano	7,5	21,9	-	11,7
Expo Milano	-	-	20,0	0,9
SposiItalia Milano	-	3,2	-	1,0
Pitti Firenze	14,2	2,7	40,0	23,3
Luxury and Yacht Verona	25,8	-	-	16,5
Spazio Etoile Scrigno del lusso Roma	25,8	-	-	16,5
Exit Bologna	42,8	12,0	-	31,2
<i>Fiere estere</i>				
Pret à Porter Parigi	-	34,0	20,0	10,8
Interselection Parigi	7,5	15,4	-	9,7
Who's next Parigi	-	3,2	-	1,0
Non specificato - Parigi	-	24,6	-	8,7
Bread&Butter Berlino	14,2	-	-	9,1
Non specificato Berlino	-	-	20,0	0,9
CPD Dusseldorf	-	3,2	-	1,0
Afair Anversa	-	3,2	-	1,0
ModaUK Birmingham	-	3,2	-	1,0
Bread&Butter Barcellona	-	3,2	20,0	1,9
Non specificato Barcellona	-	-	20,0	0,9
Non specificato Valencia	-	3,2	-	1,1
SIMM Madrid	-	3,2	-	1,0
CPM Mosca	-	3,2	20,0	1,9
Non specificato Mosca	-	13,6	20,0	5,2
Non specificato Kiev	-	3,2	-	1,0
Non specificato Los Angeles	-	-	20,0	0,9
Totale imprese che hanno partecipato a fiere	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 57 - Imprese finali che negli ultimi 3 anni hanno realizzato missioni all'estero per paese estero e classe di addetti, 2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

Paese estero sede della missione (Multirisposta)	Fino a 9 %	10-49 %	50 e oltre %	Totale %
Francia	58,7	61,3	30,0	56,7
Germania	-	-	30,0	3,9
Olanda	-	-	30,0	3,9
Gran Bretagna	58,7	-	-	30,6
Spagna	-	-	30,0	3,9
Russia	-	12,9	30,0	8,5
Bulgaria	-	12,9	-	4,7
Turchia	-	12,9	-	4,7
Giappone	41,3	-	30,0	25,5
Hong Kong	-	12,9	-	4,7
Cina	-	-	30,0	3,9
Totale imprese che hanno partecipato a missioni all'estero	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

2.2.6 Il livello di integrazione verticale e le aree di decentramento

Il livello di integrazione verticale

Le imprese finali del distretto si caratterizzano per avere una struttura produttiva fortemente disintegrata. La totalità delle aziende decentra lavorazioni e nella maggior parte dei casi affida all'esterno tutte le fasi del ciclo produttivo, mantenendo all'interno le sole funzioni terziarie di progettazione e commercializzazione del prodotto, acquisto delle materie prime e coordinamento e controllo della produzione esterna.

Le imprese finali che realizzano internamente alcune fasi di produzione sono una minoranza e quando ciò avviene le fasi interne sono generalmente il taglio e, per la maglieria, la tessitura. Queste fasi presentano una particolare criticità e per la tessitura della maglieria alcune imprese finali hanno investito in tecnologie di produzione per garantirsi una disponibilità minima di capacità produttiva, tale da renderle più autonome dai subfornitori esterni, e per acquisire tecnologie *seamless*¹⁴ in grado di accorciare il ciclo di produzione del prodotto in maglia. Le fasi decentrate dalle imprese finali comprendono tutte le fasi del ciclo produttivo: la tessitura, il taglio, la confezione dei capi (cucitura), la tintoria, il ricamo/applicazioni, lo stiro, il controllo e l'imbusto.

La modalità di decentramento più seguita dalle imprese locali è rappresentata dal *decentramento di fase o di lavorazione*, che prevede da parte dell'azienda finale la fornitura della materia prima al subfornitore, e da parte del subfornitore la realizzazione di una o più fasi del ciclo produttivo, eventualmente il capo finito.

Una seconda modalità riguarda il cosiddetto *decentramento completo*, che prevede l'affidamento al subfornitore del compito sia di acquistare le materie prime sia di realizzare le fasi di lavorazione. Questa forma di decentramento è utilizzata soprattutto nelle relazioni con i subfornitori localizzati in paesi lontani e in paesi produttori di materie prime¹⁵.

¹⁴ Le tecnologie di tessitura *seamless* consentono di ottenere una maglia finita senza cuciture e quindi di avere un ciclo produttivo più breve che non prevede la cucitura del capo.

¹⁵ Un tipo di attività che non rientra direttamente nella definizione di produzione decentrata, ma che spesso viene a questa assimilata è il cosiddetto *trading*. Questa attività consiste nell'acquisto di prodotti realizzati da altri per la sola rivendita, e non prevede da parte del produttore locale alcun intervento sul prodotto, nemmeno nella fase di ideazione. Le imprese di produzione del distretto che

Le imprese finali di minori dimensioni utilizzano subfornitori specializzati in singole fasi del ciclo produttivo, facendosi carico del coordinamento della produzione nei vari passaggi da una fase all'altra. Le aziende più strutturate, invece, utilizzano maggiormente subfornitori in grado di svolgere il ruolo di capo-commessa e di garantire la realizzazione del capo finito, coordinando a loro volta l'attività di altri subfornitori.

Negli ultimi anni, la diminuzione del fatturato registrata dal comparto della maglieria ha determinato una flessione del valore della produzione decentrata ai subfornitori, mentre la crescita del fatturato della confezione su tessuto ha indotto un aumento delle commesse provenienti da questo comparto. Per la prima volta nel distretto il valore delle lavorazioni decentrate dalle imprese finali di confezione è superiore a quello delle imprese di maglieria. Inoltre, nella maglieria i costi sostenuti dalle imprese finali per il decentramento produttivo sono diminuiti più del fatturato, con un abbassamento della loro incidenza sul valore della produzione. Il risparmio sui costi di produzione ottenuto dalle imprese finali di maglieria è significativo e si somma a quello registrato negli anni precedenti (tav. 58).

Dal 2000 ad oggi, le imprese finali del distretto hanno ridotto l'incidenza sul fatturato dei costi della produzione esterna di oltre cinque punti percentuali e questo risultato non è imputabile a processi di internalizzazione di fasi prima decentrate, ma ad una serie di politiche che comprendono il ricorso a laboratori di etnia cinese in grado di operare a prezzi molto bassi, presenti nel distretto e in aree vicine; la riduzione del prezzo delle lavorazioni imposto ai subfornitori locali e nazionali; la delocalizzazione di alcune produzioni all'estero.

Le aree di decentramento

Le imprese finali del distretto hanno dimensioni aziendali piccole e medie e realizzano prevalentemente piccole serie di produzione di prodotti di abbigliamento ad elevato contenuto moda e molto variabili nel tempo, destinati principalmente alla donna e al

svolgono anche questa attività, di pura commercializzazione, sono una minoranza, ma il valore di fatturato realizzato con essa è cresciuto negli ultimi anni, attestandosi sul 5% del fatturato totale del distretto.

bambino. Esse si caratterizzano per decentrare la produzione prevalentemente all'interno dei confini nazionali. Oltre il novanta per cento delle aziende finali del distretto decentra la produzione esclusivamente in Italia, mentre un nucleo ristretto di imprese ricorre a subfornitori esteri (tav. 63).

Le aziende che decentrano la produzione in paesi esteri a basso costo, pur non essendo numerose, sono rappresentate da una parte delle imprese più strutturate del distretto e da alcune aziende di piccola e media dimensione.

La scelta di delocalizzare produzioni all'estero riguarda in misura più consistente i prodotti maggiormente standardizzati, come, ad esempio, la maglieria e la camiceria per uomo, la maglietteria, la jeanseria, l'abbigliamento casual e per il tempo libero, alcuni tipi di tessuti a maglia, ecc., che non costituiscono la parte prevalente della produzione del distretto. Alcune imprese finali che operano in questi comparti hanno realizzato, anche da lungo tempo, investimenti diretti in imprese produttive estere localizzate sia nell'Est Europeo, come Romania, Slovacchia, Rep. Ceca, Rep. Moldova, Albania, ecc., sia nell'area del Mediterraneo, come la Tunisia. Gli addetti operanti nelle collegate estere sono numericamente significativi, quasi tremila, e di entità molto simile agli occupati presenti nelle imprese di subfornitura del distretto. Non tutti però lavorano per imprese del distretto. Soltanto in alcuni casi l'impresa estera lavora in esclusiva per l'azienda locale che la controlla, mentre in altri, per saturare la capacità produttiva della produttiva estera, vengono acquisite commesse da altre imprese non locali.

Ciò che caratterizza il distretto di Carpi, che storicamente è un sistema produttivo aperto avendo sempre decentrato in altre aree dell'Italia del nord e del centro-sud, è ancora oggi la realizzazione della maggior parte della produzione in Italia. L'ottantacinque per cento del valore della produzione decentrata è affidato a subfornitori nazionali e oltre il sessanta per cento a subfornitori localizzati in Emilia Romagna. Il distretto di Carpi continua quindi a produrre prodotti prevalentemente "made in Italy", nel senso di prodotti realizzati interamente sul territorio italiano.

Negli ultimi anni, le tendenze registrate nella localizzazione geografica della produzione mostrano una flessione delle commesse affidate a subfornitori del distretto, determinata

dall'andamento negativo del comparto della maglieria. La subfornitura locale si è sempre caratterizzata per operare prevalentemente per il comparto della maglieria e il ridimensionamento che questo ha subito ha penalizzato fortemente le imprese conto terzi dell'area (tav. 59).

Una tendenza generale, comune sia al comparto della maglieria sia a quello della confezione, è rappresentata dall'incremento delle produzioni decentrate in altre aree della regione geograficamente vicine al distretto, interne alla provincia di Modena o della provincia di Reggio Emilia (tav. 60). Questo fenomeno è imputabile allo spostamento di numerosi laboratori di subfornitura gestiti da imprenditori di etnia cinese verso aree più periferiche rispetto al distretto, meno soggette ad azioni di sorveglianza e controllo, da parte delle istituzioni preposte, finalizzate a contrastare il lavoro nero e a favorirne l'emersione.

Negli ultimi anni sono aumentate anche le commesse affidate a subfornitori di altre province emiliane, in particolare dell'area ferrarese caratterizzata dalla presenza di una subfornitura strutturata e specializzata nel comparto della confezione.

L'altro fenomeno riguarda l'incremento delle produzioni delocalizzate all'estero che, come si è detto, riguardano una parte ancora contenuta della produzione dell'area. I paesi esteri di decentramento della produzione sono quelli destinatari degli investimenti diretti realizzati dalle imprese locali (paesi dell'Est Europeo, Tunisia, Albania), ai quali si aggiungono Cina e Turchia che negli ultimi anni hanno assunto un'importanza crescente.

Tav. 58 - Costo del decentramento di fase e completo* delle imprese finali e incidenza sul fatturato per comparto prevalente, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005	
	v.a.	% sul fatturato	v.a.	% sul fatturato
Maglieria	176	32,0	133	29,3
Confezione	121	25,6	189	26,5
Totale	297	29,0	322	27,5

*al netto del costo delle materie prime.

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 59 - Costo del decentramento di fase e completo* delle imprese finali per area geografica di Decentramento della produzione, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Distretto	119	39,7	103	31,9
Altre aree della regione**	64	21,3	105	32,5
Altre regioni italiane	73	24,3	67	20,7
Estero	41	13,8	47	14,6
Totale	297	100,0	322	100,0

*al netto del costo delle materie prime.

**altri comuni della provincia di Modena e Reggio Emilia e altre province emiliane.

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 60 - Costo del decentramento di fase e completo* delle imprese finali per area geografica di decentramento della produzione e comparto prevalente (valori percentuali), 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	Maglieria		Confezione	
	2002 %	2005 %	2002 %	2005 %
Distretto	44,9	45,6	32,8	22,3
Altre aree della regione**	16,5	20,7	29,6	41,3
Altre regioni italiane	26,7	22,4	20,7	19,5
Estero	12,0	11,3	16,6	16,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

*al netto del costo delle materie prime.

**altri comuni della provincia di Modena e Reggio Emilia e altre province emiliane.

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 61 - Costo del decentramento di fase e completo* delle imprese finali per area geografica di decentramento della produzione e classe di addetti (valori percentuali), 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	Fino a 9		10 – 49		50 e oltre	
	2002 %	2005 %	2002 %	2005 %	2002 %	2005 %
Distretto	59,7	53,7	39,7	34,4	20,9	16,6
Altre aree della regione**	25,4	32,8	19,9	37,1	24,1	25,0
Altre regioni italiane	14,6	11,6	27,6	20,5	25,0	25,6
Estero	0,4	2,0	12,8	8,6	31,4	32,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

*al netto del costo delle materie prime.

**altri comuni della provincia di Modena e Reggio Emilia e altre province emiliane.

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 62 - Imprese finali per area geografica di decentramento della produzione e classe di addetti, 2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

Multirisposta	Fino a 9		10 – 49		50 e oltre	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Distretto	204	98,0	99	93,1	7	70,0
Altre aree della regione**	174	83,9	74	69,6	6	60,0
Altre regioni italiane	66	31,8	61	57,3	10	100,0
Eestero	7	3,4	12	10,9	5	50,0
Totale	208	100,0	106	100,0	10	100,0

**altri comuni della provincia di Modena e Reggio Emilia e altre province emiliane.

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 63 - Imprese finali per macro-area geografica di decentramento della produzione e classe di addetti, 2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	Fino a 9		10 – 49		50 e oltre	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Solo Italia	201	96,6	95	89,1	5	50,0
Italia e Paesi esteri	7	3,4	9	8,7	5	50,0
Solo Paesi esteri	-	-	2	2,2	-	-
Totale	208	100,0	106	100,0	10	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

2.3 Le imprese di subfornitura

2.3.1 La dimensione e la specializzazione produttiva

Fra il 2002 e il 2006 la subfornitura del distretto di Carpi subisce una forte selezione, la più accentuata dal 1990, con una perdita di quasi quattrocento aziende e oltre milletrecento posti di lavoro. Il valore delle commesse realizzate si attesta invece su un livello di poco inferiore al 2002, con una riduzione in termini reali intorno ai due punti percentuali l'anno (tavv. 65-66).

La flessione relativamente contenuta del fatturato, a fronte di un mercato ridimensionamento nel numero delle imprese e degli addetti, è sostanzialmente dovuta al buon andamento delle aziende che eseguono ricami e applicazioni, specie quelle di dimensioni più elevate. Questo gruppo di imprese, particolarmente premiato dalle tendenze della moda, riesce infatti ad aumentare in misura considerevole sia il volume degli affari che l'occupazione, e la sua brillante crescita economica compensa in buona parte le perdite subite dai terzisti specializzati nelle altre fasi del ciclo produttivo, anche se fra questi esistono, come vedremo, delle eccezioni.

La selezione avvenuta fra le aziende di subfornitura del distretto ha continuato a penalizzare i produttori di più piccola dimensione, anche se quasi i due terzi delle aziende occupa ancora oggi meno di quattro lavoratori. Le cessazioni di attività delle imprese più piccole sono in parte legate alla fuoriuscita dal settore di artigiani che hanno raggiunto l'età pensionabile e che non sono riusciti ad assicurarsi il ricambio generazionale.

Negli ultimi anni, solamente le imprese con più di dieci addetti sono riuscite a contenere il calo dell'occupazione, aumentando al tempo stesso il fatturato, e attualmente è questo gruppo di aziende, appena una novantina, che raccoglie il maggior numero di lavoratori e sviluppa oltre la metà del fatturato della subfornitura locale.

Il rafforzamento delle imprese più strutturate e la chiusura di molte piccole e piccolissime imprese, sia per mancanza di ricambio generazionale sia in seguito alle difficoltà di mercato, ha modificato ulteriormente la struttura dell'occupazione, secondo una tendenza presente ormai da tempo.

Pur rimanendo il lavoro autonomo una componente fondamentale all'interno della subfornitura, la sua incidenza continua a diminuire e, a differenza del passato, per la prima volta le aziende composte soltanto da titolari/soci non rappresentano più la maggioranza dei terzisti locali (tavv. 68-69).

Le imprese di subfornitura del distretto sono altamente specializzate nella lavorazione di capi in maglia. Nel caso dei prodotti in tessuto, infatti, il decentramento delle imprese finali è sempre stato destinato soprattutto ad aree esterne al distretto, e anche se negli anni più recenti si è registrato un riavvicinamento delle lavorazioni decentrate a livello locale, questo fenomeno ha interessato solo parzialmente i subfornitori dell'area carpigiana, in quanto ad avvantaggiarsene di più sono state le imprese gestite da imprenditori cinesi, nate negli ultimi anni e insediatesi soprattutto in territori limitrofi al distretto, in provincia di Modena e di Reggio Emilia.

Negli anni più recenti, le difficoltà incontrate dalle imprese finali della maglieria, tradizionalmente più legate ai terzisti locali, hanno determinato un calo delle lavorazioni decentrate, mentre nel caso della confezione le aziende finali sono ricorse in maggior misura anche ai subfornitori del distretto.

I prodotti in maglia rappresentano ancora i tre quarti della produzione delle imprese conto terzi, ma nel periodo esaminato la loro incidenza scende in misura significativa, a fronte di un aumento anche in termini reali del fatturato relativo ai prodotti in tessuto (tav. 70).

Una larga maggioranza delle imprese conto terzi del distretto rimane specializzata nella lavorazione di un solo tipo di prodotti, e in particolare di capi in maglia¹⁶, ma si registra anche un incremento della quota di aziende pluricomparto, capaci di lavorare una gamma completa di prodotti.

Da un lato, per far fronte al calo delle commesse delle imprese finali della maglieria, una parte dei subfornitori che lavoravano solo capi in maglia ha cercato di saturare la capacità produttiva effettuando lavorazioni anche su prodotti in tessuto; dall'altro lato, le imprese pluricomparto, insieme a quelle della confezione, sono state le meno penalizzate dal processo di selezione che continua ad interessare la subfornitura del distretto.

¹⁶ Le aziende che lavorano esclusivamente capi in tessuto sono numericamente aumentate, ma restano alcune decine, una quota marginale del totale.

Nel periodo considerato, il fatturato sviluppato dalle imprese pluricomparto e da quelle della sola confezione è così aumentato, mentre i terzisti che lavorano solo capi in maglia mostrano una marcata contrazione del volume degli affari (tav. 72). Questo “effetto comparto” appare piuttosto generalizzato, riguardando aziende con specializzazioni diverse. Ad esempio, fra i subfornitori del taglio/confezione che, nell’insieme, subiscono ancora un forte ridimensionamento, il fatturato delle imprese che lavorano solo capi in tessuto aumenta, mentre fra i ricamifici, i soli che registrano una riduzione dell’attività sono quelli che operano solamente nella maglieria.

Tav. 64 - Imprese di subfornitura per classe di addetti, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Fino a 3	834	68,0	625	67,2	553	65,2
4 - 9	297	24,2	211	22,7	202	23,8
10 e oltre	95	7,8	94	10,1	93	11,0
Totale	1.226	100,0	931	100,0	848	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 65 - Addetti delle imprese di subfornitura per classe di addetti, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Fino a 3	1.530	31,2	1.165	29,5	944	26,5
4 - 9	1.698	34,7	1.162	29,4	1.050	29,5
10 e oltre	1.671	34,1	1.625	41,1	1.567	44,0
Totale	4.899	100,0	3.952	100,0	3.561	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 66 - Fatturato delle imprese di subfornitura per classe di addetti, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Fino a 3	41	25,3	32	20,0
4 - 9	49	30,2	37	23,1
10 e oltre	72	44,4	90	56,9
Totale	162	100,0	159	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 67 - Dimensione delle imprese di subfornitura per classe di addetti, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Addetti per impresa			Fatturato per impresa (migliaia di euro correnti)		Fatturato per addetto (migliaia di euro correnti)	
	2002	2005	2006 pre- consuntivo	2002	2005	2002	2005
Fino a 3	1,8	1,8	1,7	49,0	51,2	26,7	27,5
4 - 9	5,7	5,5	5,2	163,9	175,3	28,7	31,2
10 e oltre	17,5	17,2	16,8	757,8	957,4	43,1	55,4
Totale	3,9	4,2	4,2	132,1	170,8	33,1	40,2

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 68 – Titolari/soci e occupazione dipendente nelle imprese di subfornitura, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Titolari/soci	2.129	43,5	1.554	39,3
Dipendenti	2.770	56,5	2.398	60,7
Totale	4.899	100,0	3.952	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 69 – Incidenza delle imprese di subfornitura senza dipendenti, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Senza dipendenti	631	51,5	437	46,9
Con dipendenti	595	48,5	494	53,1
Totale	1.226	100,0	931	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 70 – Fatturato delle imprese di subfornitura per tipo di prodotti lavorati, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Maglieria	135	83,3	116	72,9
Confezione	27	16,7	40	25,2
Altro	-	-	3	1,9
Totale	162	100,0	159	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 71 – Imprese di subfornitura monocomparto e pluricomparto, 2002-2006
Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Solo maglieria	939	76,6	631	67,8	561	66,2
Solo confezione	22	1,8	58	6,3	58	6,9
Pluricomparto	265	21,6	242	26,0	229	27,0
Totale	1.226	100,0	931	100,0	848	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 72 – Fatturato delle imprese di subfornitura monocomparto e pluricomparto, 2002-2006
Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Solo maglieria	108	67,9	85	53,6
Solo confezione	3	1,9	7	4,3
Pluricomparto	52	32,1	67	42,1
Totale	162	100,0	159	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

2.3.2 *Le lavorazioni, i servizi offerti e il decentramento*

Le lavorazioni offerte

Come è stato detto, le imprese che eseguono ricami, applicazioni e decorazioni hanno sperimentato una dinamica degli addetti e del fatturato estremamente positiva che, almeno dal punto di vista economico, ha controbilanciato quella dei terzisti con altre specializzazioni (tav. 76).

Negli ultimi anni le tendenze della moda sono state un importante fattore del successo dei ricamifici. Va però sottolineato come queste aziende abbiano saputo mantenere il passo con le richieste dei committenti, offrendo una gamma di lavorazioni sempre più varia¹⁷ e investendo costantemente sia nelle tecnologie più aggiornate che nello studio di nuove proposte stilistiche.

Fra le imprese del ricamo convivono realtà aziendali anche molto diverse tra loro. Si va da microaziende composte dalla sola titolare che esegue ricami a mano per i maglifici locali a imprese medio-piccole e imprese strutturate con più di 50 addetti. Le aziende più grandi sono quelle che registrano i tassi di crescita più significativi, e la classe dimensionale maggiore (10 addetti e più) sviluppa la maggior parte dell'occupazione e del fatturato (tav. 83). I ricamifici di elevate dimensioni si caratterizzano per un costante aggiornamento delle tecnologie utilizzate, per lavorare sia capi in maglia che in tessuto e per avere una clientela molto diversificata, spesso esterna al distretto. In alcuni casi, affiancano all'attività in conto terzi la vendita di accessori (strass, borchie, ecc.), che può assumere un peso anche importante, e attività di consulenza, come la realizzazione di programmi per macchine da ricamo.

Fra le imprese conto terzi che realizzano le altre fasi del ciclo produttivo emergono invece difficoltà piuttosto generalizzate.

Le flessioni più accentuate degli addetti e del fatturato si registrano ancora una volta per le aziende del taglio e della confezione. Queste imprese sono state le prime del distretto a

¹⁷ Le lavorazioni realizzate dai ricamifici medio-grandi sono numerose, dal ricamo multiteste tradizionale, all'applicazione di paillettes, fettucce, strass, borchie, decorazioni ad aerografo, applicazioni glitter, disegni termo-applicati, ecc.

subire la concorrenza dei subfornitori di aree a minor costo del lavoro, sia in Italia che all'estero, e dalla seconda metà degli anni novanta hanno subito una forte selezione. Negli anni più vicini, invece, i confezionisti sono stati i più esposti alla concorrenza delle aziende gestite da imprenditori cinesi, insediatesi nei comuni periferici del distretto o in aree limitrofe, sia dentro che fuori la provincia. Attualmente la provincia di Modena conta circa quattrocento imprese che fanno capo ad imprenditori di nazionalità straniera, quasi tutti cinesi, che si occupano delle fasi a maggiore intensità di lavoro, come la cucitura dei capi e, in qualche caso, lo stiro¹⁸. Dal punto di vista della localizzazione, le imprese gestite da imprenditori stranieri si concentrano nei cinque comuni del distretto di Carpi e in altri comuni dell'area nord¹⁹, mentre solo una su dieci ha sede in altre aree della provincia.

Nel periodo considerato, le imprese di taglio/confezione subiscono una contrazione dei livelli di attività in modo abbastanza generalizzato: la dinamica negativa interessa sia le aziende più piccole sia le più strutturate, sia quelle specializzate in una sola fase produttiva sia quelle che realizzano più lavorazioni o il capo finito. I terzisti meno penalizzati sono quelli specializzati nel taglio e alcune piccole imprese che effettuano il taglio e decentrano all'esterno la cucitura dei capi, e soltanto le poche imprese che lavorano esclusivamente capi in tessuto riescono a conservare o ad espandere il proprio giro d'affari. Nell'insieme, i subfornitori del taglio/confezione presentano una dimensione molto piccola, e le aziende che occupano fino a 3 lavoratori attualmente rappresentano oltre la metà del totale, sia in termini di addetti che di fatturato. La maggior parte, inoltre, è specializzata in una sola lavorazione, il taglio o la cucitura dei capi, mentre sono circa una trentina le imprese che realizzano il capo finito, eventualmente stirato e imbustato.

Anche lo stiro/controllo/imbusto è interessato da una dinamica generalmente negativa, con cali nel numero di imprese attive, degli addetti e del fatturato che hanno riguardato tutte le classi dimensionali. Le aziende in maggior sofferenza sono quelle di solo stiro, e parte di esse hanno cercato di far fronte alle difficoltà offrendo ai clienti un servizio più completo, realizzando anche il ripasso e l'imbusto.

¹⁸ Oltre ai cinesi, sono presenti in piccola misura imprenditori di altre nazionalità, provenienti principalmente dall'India e dal Pakistan, titolari soprattutto di stirerie.

¹⁹ Il distretto di Carpi è dato dall'insieme dei comuni di Carpi, Cavezzo, Concordia, Novi e San Possidonio. Gli altri comuni dell'area nord in cui sono insediate le imprese gestite da stranieri sono Camposanto, Finale Emilia, Medolla, Mirandola, San Felice sul Panaro e San Prospero.

La dimensione media dei terzisti che offrono le fasi finali del ciclo è più elevata rispetto ai subfornitori di taglio/confezione, e la classe dimensionale più rappresentativa è in questo caso quella centrale, la 4-9 addetti. La maggioranza, circa la metà, realizza tutte e tre le fasi finali, stiro/controllo/imbusto, mentre gli altri gruppi numericamente più importanti realizzano solo lo stiro, oppure il ripasso/imbusto. Una decina di aziende, fra le più strutturate, sono invece in grado di offrire un servizio più completo, gestendo abitualmente le consegne ai clienti finali per conto dei propri committenti.

Negli ultimi anni, a causa del ridimensionamento delle produzioni di maglieria, anche le aziende di tessitura incontrano una fase critica. Queste imprese, che in passato hanno dimostrato di possedere le migliori capacità di tenuta all'interno della subfornitura locale, registrano per la prima volta una marcata flessione dell'occupazione e del numero di imprese attive, mentre il fatturato a prezzi costanti flette ad un tasso doppio rispetto alla media complessiva. All'interno di questa specializzazione, soltanto i tessitori più strutturati, con più di dieci addetti, riescono nel complesso ad aumentare il valore delle commesse realizzate e a conservare gli occupati. Anche all'interno di questa classe dimensionale si osservano tuttavia andamenti difforni, con aziende che subiscono flessioni del giro d'affari e altre che hanno crescite brillanti. La selezione ha colpito, in particolare, le tessiture con titolari/soci vicini all'età pensionabile e senza ricambio generazionale e quelle non in grado di continuare ad investire in nuove tecnologie. Le imprese che hanno affrontato meglio questi difficili anni sono quelle che hanno attivato servizi aggiuntivi, legati alla collaborazione in fase di preparazione delle collezioni, e quelle che lavorano prodotti di fascia elevata.

In generale, l'eseguire lavorazioni su prodotti qualificati, di griffe o di grandi marchi industriali²⁰, è un fattore che ha consentito alle aziende conto terzi locali di contenere almeno in parte le perdite. All'interno del distretto, più di un subfornitore su tre lavora prodotti di fascia alta, e circa un quinto del fatturato è sviluppato attraverso queste produzioni. Non ci sono grandi differenze fra le varie specializzazioni, eccetto che per le aziende di taglio/confezione, che lavorano in misura minore per griffe o grandi marchi,

²⁰ Si tratta, ad esempio, di Armani, Krizia, Blumarine, Roberto Cavalli, Baci&Abbracci, C.P. Company.

mentre se si considera la dimensione sono le imprese micro a lavorare in minor misura per committenti di questo tipo (tav. 85).

In sintesi, l'ottava rilevazione del distretto evidenzia una situazione di forte ridimensionamento della subfornitura locale, fatta eccezione per i ricamifici. Le minori commesse provenienti dalle imprese finali del distretto e il perdurare della loro politica di contenimento dei costi, con il frequente abbassamento del prezzo delle lavorazioni, hanno determinato un calo dei livelli di attività e della redditività delle imprese conto terzi dell'area.

Dopo le imprese di taglio/confezione e quelle di stiro/controllo/imbusto, anche fra i tessitori locali è iniziato un processo di forte selezione, che sembra destinato a proseguire. In base alle dichiarazioni espresse dagli imprenditori, nei prossimi tre anni quasi quattro aziende di subfornitura su dieci cesseranno l'attività, con la perdita di diverse centinaia di posti di lavoro²¹. La mancanza di prospettive è la causa principale indicata dagli imprenditori locali, anche se in parte le cessazioni future dipendono dal raggiungimento dell'età pensionabile da parte dei titolari, e dall'impossibilità di trasmettere ad altri l'attività. Ad eccezione dei ricamifici, le valutazioni pessimistiche interessano imprese di tutte le specializzazioni e, in misura più elevata, le tessiture e le aziende di taglio/confezione. Dal punto di vista dimensionale, invece, le aziende che prevedono di cessare l'attività sono in misura superiore quelle di più piccole dimensioni.

Le serie di produzione

Una delle caratteristiche strutturali della subfornitura del distretto è la capacità di lavorare serie di produzione corte, rispondendo con estrema velocità e flessibilità alle richieste dei committenti (tav. 86). Gran parte della produzione delle imprese committenti dell'area, a cui i terzisti locali sono strettamente legati, si caratterizza per essere su serie piuttosto brevi. Sono soprattutto i prodotti di questo tipo che vengono decentrati a livello locale, insieme alla produzione cosiddetta "flessibile", rappresentata dai flash, dai riassortimenti e dal pronto moda, mentre le produzioni più standardizzate e su serie più

²¹ L'occupazione attuale delle imprese che hanno dichiarato di voler cessare l'attività nei prossimi tre anni si aggira intorno ai 700-800 lavoratori.

lunghe tendono ad essere decentrate a subfornitori esterni al distretto, localizzati in aree a minor costo del lavoro.

Questo dato di tipo strutturale viene nuovamente confermato, e oggi appena una impresa conto terzi su dieci lavora principalmente serie di produzione medio-lunghe. Per quasi i tre quarti dei subfornitori, invece, gli ordini non superano i 400 capi, e sono appena una ventina quelli che acquisiscono commesse mediamente superiori ai mille capi (tav. 87). La distribuzione delle imprese per dimensione media degli ordini ricevuti mostra, negli ultimi anni, un ulteriore accorciamento delle serie, con un netto innalzamento della quota di imprese che evadono ordini composti al massimo da 200 capi.

Il decentramento produttivo

Un fenomeno emerso con l'ottava rilevazione riguarda le relazioni produttive fra i subfornitori del distretto. In passato questi rapporti sono sempre stati piuttosto limitati, ma nell'ultimo triennio si nota un aumento apprezzabile di questi scambi, pur rimanendo il loro valore complessivo ancora contenuto. Come vedremo nel prossimo paragrafo, il valore degli ordini acquisiti da altri subfornitori dell'area aumenta, così come aumenta anche la quota di subfornitori che affida lavorazioni all'esterno, attualmente circa uno su quattro (tav. 88).

Il ricorso ad altri laboratori tende ad essere più elevato fra le aziende più grandi e fra quelle che offrono una gamma più ampia di lavorazioni, mentre, considerando la specializzazione produttiva, è superiore alla media fra i ricamifici e fra le aziende dello stiro/controllo/imbusto. Il decentramento produttivo rimane ancora molto circoscritto dal punto di vista territoriale e la localizzazione principale dei laboratori utilizzati è sempre rappresentata dalla provincia di Modena, per la quasi totalità delle imprese che decentrano.

L'intensificarsi delle relazioni produttive fra le aziende conto terzi farebbe pensare all'avvio di un processo di gerarchizzazione all'interno della subfornitura locale, ma i terzisti in grado di svolgere un ruolo di capocommessa o di realizzare il capo finito sono molto pochi, circa una trentina, e quelli specializzati su una sola lavorazione largamente prevalenti, quasi due su tre.

I servizi offerti

Negli ultimi anni si osserva anche un deciso aumento della quota di imprese che offre servizi aggiuntivi ai propri committenti. Nonostante la selezione avvenuta all'interno della subfornitura locale il loro numero aumenta anche in valore assoluto, e attualmente circa la metà del totale offre stabilmente servizi aggiuntivi alla clientela (tav. 90).

I terzisti in grado di offrire un servizio più completo sembrerebbero dunque aver meglio fronteggiato la dinamica negativa dell'ultimo periodo, mentre altri, che in precedenza non lo facevano, hanno tentato una strategia di questo tipo, sia allo scopo di mantenere i propri clienti sia per acquisirne di nuovi.

Ciò avviene in modo abbastanza generalizzato, fra le imprese piccole e fra le più grandi, e a prescindere dal tipo di fase produttiva offerta. Solamente all'interno dello stiro/controllo/imbusto, per la natura stessa delle lavorazioni effettuate, le aziende che offrono servizi aggiuntivi rimangono una quota molto minoritaria.

Le aziende collaborano attivamente coi propri committenti soprattutto nello studio delle collezioni e nella messa a punto del prodotto, realizzando campioni e prototipi, ed è proprio questo stretto rapporto di collaborazione che consente all'impresa di subfornitura di fidelizzare i propri clienti e di acquisire in seguito la realizzazione delle referenze e degli ordini veri e propri. I ricamifici e le tessiture sono i terzisti che in maggior misura realizzano abitualmente il primo capo (sette su dieci); a questa attività si aggiungono spesso le consulenze stilistiche per i primi e la proposta di nuovi punti maglia per le seconde e, in minor misura, consulenze tecniche legate alla industrializzazione del prodotto. Fra le aziende del taglio/confezione, invece, solo una su tre produce il primo capo e una stessa percentuale realizza lo sviluppo modelli e taglie (tav. 92).

Gli acquisti delle materie prime vengono effettuati da un piccolo nucleo di tessitori e sono diffusi solo fra i ricamifici per quanto riguarda accessori e applicazioni. La maggior parte dei terzisti locali si occupa invece del ritiro delle materie prime o dei capi da lavorare, e della loro riconsegna al committente, terminate le lavorazioni.

Tav. 73 - Imprese di subfornitura per specializzazione, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Tessitura	284	23,2	254	27,3	209	24,6
Taglio/Confezione	353	28,8	329	35,3	316	37,2
Stiro/Controllo/Imbusto	367	30,0	266	28,6	243	28,6
Ricamo e applicazioni	66	5,4	43	4,7	43	5,1
Altre imprese	156	12,7	38	4,1	38	4,5
Totale	1.226	100,0	931	100,0	848	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 74 - Addetti delle imprese di subfornitura per specializzazione, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Tessitura	1.156	24,1	968	24,5	816	22,9
Taglio/Confezione	1.207	25,2	899	22,7	809	22,7
Stiro/Controllo/Imbusto	1.731	36,1	1.237	31,3	1.078	30,3
Ricamo e applicazioni	469	7,6	727	18,4	736	20,7
Altre imprese	337	7,0	122	3,1	122	3,4
Totale	4.899	100,0	3.952	100,0	3.561	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 75 - Fatturato delle imprese di subfornitura per specializzazione, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Tessitura	47	30,9	43	27,3
Taglio/Confezione	33	21,7	29	18,4
Stiro/Controllo/Imbusto	38	24,7	35	22,1
Ricamo e applicazioni	35	16,6	48	30,3
Altre imprese	9	6,1	3	1,9
Totale	162	100,0	159	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 76 – Variazioni degli addetti e del fatturato delle imprese di subfornitura per specializzazione, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Addetti				Fatturato	
	Var. 2002-2005		Var. 2005-2006		Var. 2002-2005	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Tessitura	-188	-16,3	-152	-15,7	-4	-8,5
Taglio/Confezione	-308	-25,5	-90	-10,0	-4	-12,1
Stiro/Controllo/Imbusto	-494	-28,5	-159	-12,9	-3	-7,9
Ricamo e applicazioni	+258	+55,0	+9	+1,2	+13	+37,1
Altre imprese	-215	-63,8	-	-	-6	-66,7
Totale	-947	-19,3	-391	-9,9	-3	-1,9

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 77 - Imprese di subfornitura gestite da titolari di nazionalità straniera in provincia di Modena per area, 2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Imprese con titolari di nazionalità straniera		v.a.	di cui cinesi	
	v.a.	% col.		% col.	% riga
Comuni del distretto	233	56,3	202	54,5	86,7
Comuni dell' Area Nord (esclusi Cavezzo, Novi e San Possidonio)	131	31,8	130	35,0	99,2
Altri comuni della provincia	49	11,8	38	10,3	77,6
Totale	413	100,0	370	100,0	89,6

Fonte: elaborazioni R&I srl su dati CCIAA di Modena – Registro Imprese

Tav. 78 – Fasi offerte dalle imprese di subfornitura di tessitura, 2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

Imprese di tessitura

Tessitura	x	x
Confezione		x
Numero imprese	253	1
(% sul totale)	99,5	0,5

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 79 – Fasi offerte dalle imprese di subfornitura di taglio/confezione, 2006
Valori riferiti all'universo delle imprese

Imprese di Taglio/Confezione

Solo campionature	x				
Taglio		x		x	x
Confezione			x	x	x
Ricamo					x
Stiro					x
Controllo					x
Imbusto					x
Numero imprese	34	114	100	50	29
(% sul totale)	10,3	34,8	30,3	15,3	8,8

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 80 – Fasi offerte dalle imprese di subfornitura di stiro/controllo/imbusto, 2006
Valori riferiti all'universo delle imprese

Imprese di Stiro/Controllo/Imbusto

Stiro	x	x	x		x	x
Controllo			x	x	x	x
Imbusto				x	x	x
Altre lavorazioni		x				
Spedizione						x
Numero imprese	74	11	6	42	124	10
(% sul totale)	27,8	4,0	2,1	15,7	46,8	3,7

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 81 – Fasi offerte dalle imprese di subfornitura di ricamo, 2006
Valori riferiti all'universo delle imprese

Imprese di Ricamo

Asole/bottoni		x	
Ricamo e applicazioni	x	x	x
Controllo			x
Numero imprese	18	18	6
(% sul totale)	42,2	42,4	15,4

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 82 - Imprese di subfornitura per specializzazione e classe di addetti, 2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Fino a 3		4-9		10 e oltre	
	v.a.	% riga	v.a.	% riga	v.a.	% riga
Tessitura	190	74,7	42	16,7	22	8,6
Taglio/Confezione	280	85,3	30	9,0	19	5,7
Stiro/Controllo/Imbusto	119	44,8	123	46,3	24	8,9
Ricamo e applicazioni	6	12,9	8	18,3	30	68,8
Altre imprese	30	79,2	8	20,8	-	-
Totale	625	67,2	211	22,7	94	10,1

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 83 – Addetti delle imprese di subfornitura per specializzazione e classe di addetti, 2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Fino a 3		4-9		10 e oltre	
	v.a.	% riga	v.a.	% riga	v.a.	% riga
Tessitura	365	37,7	190	19,7	412	42,6
Taglio/Confezione	479	53,3	163	18,1	257	28,6
Stiro/Controllo/Imbusto	229	18,5	697	56,4	311	25,1
Ricamo e applicazioni	11	1,5	72	9,8	645	88,6
Altre imprese	82	67,4	40	32,6	-	-
Totale	1165	29,5	1162	29,4	1625	41,1

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 84 - Imprese di subfornitura monofase per classe di addetti, 2002-2006

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005		2006 pre-consuntivo	
	v.a.	% sul totale	v.a.	% sul totale	v.a.	% sul totale
Fino a 3	628	75,3	452	72,3	398	72,0
4 – 9	144	48,5	100	47,2	91	45,0
10 e oltre	43	45,1	47	49,9	47	50,5
Totale	814	66,4	599	64,3	536	63,2

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 85 – Incidenza sul fatturato dei prodotti di griffe/grandi marchi industriali per classe di addetti e per specializzazione, 2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

Classe di addetti	% fatturato prodotti di griffe/grandi marchi	Specializzazione	% fatturato prodotti di griffe/grandi marchi
Fino a 3	11,2	Tessitura	24,5
4 – 9	25,2	Taglio/Confezione	16,8
10 e oltre	27,5	Stiro/Controllo/Imbusto	25,1
		Ricamo e applicazioni	26,5
Totale	23,9	Totale	23,9

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 86 - Imprese di subfornitura per lunghezza delle serie di produzione lavorate, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Solo campionature e referenze	67	5,5	43	4,6
Piccole serie	1.038	84,6	800	86,0
Serie medio-lunghe	121	9,9	87	9,3
Totale	1.226	100,0	931	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 87 - Imprese di subfornitura per dimensione media degli ordini ricevuti, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Solo campionature e referenze	67	5,5	43	4,6
fino a 100 capi	153	12,5	41	4,4
101-200 capi	248	20,3	360	38,7
201-400 capi	468	38,2	281	30,2
401-600 capi	168	13,7	118	12,7
601-800 capi	36	3,0	30	3,2
801-1.000 capi	40	3,3	31	3,4
1.001-2.000 capi	28	2,3	18	1,9
2.001-4.000 capi	17	1,4	8	0,9
Totale	1.226	100,0	931	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 88 - Imprese di subfornitura che decentrano per classe di addetti, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005	
	v.a.	% riga	v.a.	% riga
Fino a 3	121	14,5	106	17,0
4 - 9	96	32,4	78	37,1
10 e oltre	43	45,2	54	57,7
Totale	260	21,2	239	25,6

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 89 - Imprese di subfornitura che decentrano per specializzazione, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005	
	v.a.	% sul totale	v.a.	% sul totale
Tessitura	23	8,1	28	11,0
Taglio/Confezione	143	40,5	91	27,6
Stiro/Controllo/Imbusto	68	18,5	85	31,9
Ricamo e applicazioni	8	12,6	22	50,9
Altre imprese	18	11,7	13	33,7
Totale	260	21,2	239	25,6

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 90 - Imprese di subfornitura che offrono servizi aggiuntivi per classe di addetti, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005	
	v.a.	% sul totale	v.a.	% sul totale
Fino a 3	210	25,2	269	42,9
4 - 9	120	40,3	78	37,0
10 e oltre	35	36,7	60	63,8
Totale	364	29,7	407	43,7

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 91 - Imprese di subfornitura che offrono servizi aggiuntivi per specializzazione, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002		2005	
	v.a.	% sul totale	v.a.	% sul totale
Tessitura	166	58,4	179	70,2
Taglio/Confezione	125	35,5	149	45,3
Stiro/Controllo/Imbusto	18	4,9	21	7,8
Ricamo e applicazioni	20	30,2	33	76,4
Altre imprese	35	22,4	25	66,3
Totale	364	29,7	407	43,7

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 92 - Imprese di subfornitura che offrono servizi aggiuntivi per tipo di servizi e specializzazione produttiva, 2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

Multirisposta	Tessitura		Taglio/Confezione		Stiro/Controllo/Imbusto	
	v.a.	% sul totale	v.a.	% sul totale	v.a.	% sul totale
Proposte punti	80	31,6	13	3,9	-	-
Consulenze stilistiche	10	4,0	29	9,0	-	-
Realizzazione prototipi	179	70,2	102	31,1	19	7,3
Sviluppo modelli e taglie	4	1,4	102	31,1	-	-
Consulenze tecniche	43	17,0	28	8,7	4	1,4
Acquisto materie prime/accessori	13	5,1	-	-	-	-
<i>Ritiro e consegna capi</i>	119	46,7	158	48,2	192	72,2

Multirisposta	Ricamo e applicazioni		Altre imprese		Totale	
	v.a.	% sul totale	v.a.	% sul totale	v.a.	% sul totale
Proposte punti	-	-	9	22,7	102	11,0
Consulenze stilistiche	20	45,0	-	-	56	6,4
Realizzazione prototipi	33	76,4	17	43,5	350	37,6
Sviluppo modelli e taglie	-	-	-	-	106	11,3
Consulenze tecniche	10	22,1	-	-	85	9,2
Acquisto materie prime/accessori	20	45,0	-	-	32	3,5
<i>Ritiro e consegna capi</i>	36	83,5	22	56,5	505	54,3

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

2.3.3 *L'ampiezza del mercato e i tipi di committenti*

L'ampiezza del mercato

La subfornitura del distretto è strettamente legata alle aziende finali della maglieria e confezione dell'area, che rappresentano la tipologia di clienti largamente prevalente (tav. 93 e tav. 96).

Escludendo i ricamifici, il calo dell'attività registrato dalle imprese conto terzi è da attribuire soprattutto alla minore richiesta di lavorazioni da parte delle imprese finali del distretto. Aumenta, invece, il valore degli scambi effettuati con altre aziende di subfornitura, sia all'interno del distretto che in altre aree, anche se il loro ammontare rimane ancora piuttosto contenuto.

Questo risultato è in linea con quanto è emerso nel paragrafo precedente, dove si è rilevato un aumento della quota di imprese di subfornitura che ricorre al decentramento produttivo, anche se all'interno della subfornitura locale la presenza di terzisti che svolgono il ruolo di capocommessa, come è stato detto, rimane ancora limitata. Considerando la specializzazione produttiva, sono soprattutto le aziende dello stiro/controllo/imbusto e i ricamifici a lavorare di più per altri subfornitori. Se i terzisti che realizzano le fasi finali del ciclo lavorano soprattutto per aziende locali con la stessa specializzazione, i ricamifici acquisiscono commesse anche da terzisti fuori area, che frequentemente svolgono un ruolo da capocommessa. Gli altri tipi di clienti per cui lavorano le aziende di subfornitura del distretto hanno un peso residuale: sono rappresentati da produttori di tessuti a maglia, per i quali lavorano alcune tessiture, e da grossisti/distributori che hanno un'incidenza più elevata per i ricamifici, in relazione alla commercializzazione di accessori.

Coerentemente a quanto è emerso nell'analisi delle imprese finali, le commesse legate alla produzione flessibile diminuiscono, specie quelle provenienti da aziende pronto moda, mentre il fatturato realizzato in programmato dai subfornitori locali rimane relativamente stabile. Questo risultato è in parte legato al fatto che sui prodotti in pronto moda è ancora più forte la concorrenza esercitata dalle imprese cinesi localizzate nelle vicinanze del distretto o nelle sue zone periferiche, che riescono ad offrire prezzi molto bassi e soprattutto

tempi di consegna velocissimi, grazie a condizioni di lavoro non regolari (lavoro nero, turni di lavoro notturni, violazioni alla normativa sulla sicurezza nei luoghi di lavoro, ecc.).

Tradizionalmente le imprese conto terzi del distretto lavorano per una clientela locale. Anche se negli ultimi anni il volume di lavorazioni commissionate dalle imprese finali dell'area è diminuito, nel complesso ancora il settanta per cento del giro d'affari della subfornitura è sviluppato con clienti del distretto. I committenti più lontani, fuori dei confini regionali, sono soprattutto di aree vicine, come il Veneto e la Lombardia, e hanno un peso piuttosto basso, così come i clienti della regione esterni al distretto (tav. 96-97), che sono principalmente localizzati nelle province di Reggio Emilia e Modena. Negli ultimi anni, le commesse realizzate con clienti extra regionali rimangono costanti in valore, mentre gli ordini commissionati dai clienti regionali fuori distretto registrano una flessione anche più intensa rispetto a quelli dei clienti locali.

I ricamifici sono le uniche imprese di subfornitura che riescono a espandere l'attività sia con i clienti locali che con quelli più lontani, e si confermano come le aziende più orientate alla clientela esterna al distretto, con cui viene sviluppato oltre il quaranta per cento del giro d'affari (tav. 98). I terzisti del taglio/confezione e quelli dello stiro/controllo/imbusto registrano invece la più marcata riduzione delle commesse locali, e questo determina un incremento del peso dei committenti fuori distretto, che si attesta così intorno ad un quarto del fatturato, come anche per le tessiture.

Se per le tessiture e i ricamifici la capacità di avere relazioni con clienti localizzati in aree più distanti è legata all'elevata specializzazione, alle competenze accumulate e alla capacità di collaborare attivamente alla preparazione delle collezioni, per le imprese di taglio/confezione e per quelle dello stiro/controllo/imbusto esiste invece una relazione diretta soprattutto con la dimensione aziendale. La quota di fatturato relativa ai clienti fuori distretto cresce infatti con la classe di addetti, superando il quaranta per cento per le aziende con oltre 10 addetti, che proprio per la loro dimensione sono in grado di offrire una gamma di lavorazioni più ampia e di lavorare serie di produzione più lunghe.

Le relazioni con i committenti

I rapporti con la committenza sono tradizionalmente duraturi e basati sulla fiducia, e la maggior parte delle imprese conto terzi del distretto lavora da molto tempo coi propri clienti, a prescindere dalla dimensione e dalla specializzazione produttiva.

Rispetto ad altre aree tessili, la subfornitura del distretto si è sempre caratterizzata per un grado di dipendenza piuttosto basso dal committente principale. Nel periodo considerato, si osserva una ulteriore riduzione di questo grado di dipendenza: non solo la quota di aziende monocommittenti flette ancora lievemente ma, soprattutto, diminuisce in misura significativa la percentuale di imprese in cui il primo cliente satura oltre la metà della capacità produttiva disponibile, e attualmente solo un subfornitore su tre ha una dipendenza elevata.

Tendenzialmente, le imprese più grandi dipendono meno dal cliente più importante, ma anche fra le più piccole i subfornitori che sviluppano oltre il 50% del fatturato con un solo cliente rappresentano una minoranza. Considerando le fasi offerte, i terzisti che mostrano il grado di dipendenza più elevato sono quelli dello stiro/controllo/imbusto, mentre all'estremo opposto ci sono i ricamifici. Questi ultimi, specie quelli di dimensione più elevata, sono le imprese che hanno il parco clienti più ampio.

Tav. 93 - Fatturato delle imprese di subfornitura per tipo di committenti, 2002-2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Imprese finali	151	93,2	130	81,8
Imprese di subfornitura	11	6,8	19	11,9
<i>di cui:</i>				
<i>nel distretto</i>	9	5,5	12	7,5
Produttori di tessuti	-	-	2	1,2
Grossisti/Catene distributive	-	-	3	1,9
Non disponibile			5	3,1
Totale	162	100,0	159	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 94 – Distribuzione del fatturato delle imprese di subfornitura per localizzazione dei committenti e specializzazione, 2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Imprese finali	Imprese di subfornitura	Produttori di tessuti	Grossisti/Catene distributive	Non disponibile
	% riga	% riga	% riga	% riga	% riga
Tessiture	84,9	6,8	5,6	1,6	1,1
Taglio/Confezione	81,6	3,6	-	1,7	13,1
Stiro/Controllo/Imbusto	81,6	15,8	-	-	2,7
Ricami e applicazioni	79,4	16,9	-	3,6	-
Altre imprese	96,5	3,5	-	-	-
Totale	82,1	11,2	-	1,8	3,3

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 95 - Fatturato delle imprese di subfornitura per calendario di produzione, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Produzione in programmato	88	54,3	88	55,3
Produzione flessibile*	74	45,7	66	41,5
Non disponibile	-	-	5	3,2
Totale	162	100,0	159	100,0

*Pronto moda, Flash, Riassorbimenti

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 96 - Fatturato delle imprese di subfornitura per localizzazione dei committenti, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Distretto	115	71,0	110	69,2
Resto regione	23	14,2	21	13,2
Altre regioni del nord	19	11,7	20	12,6
Regioni del centro-sud	5	3,1	3	1,9
Non disponibile	-	-	5	3,1
Totale	162	100,0	159	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 97 - Fatturato netto* delle imprese di subfornitura per localizzazione dei committenti, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

Milioni di euro	2002		2005	
	v.a.	%	v.a.	%
Distretto	106	69,3	98	66,7
Resto regione	23	15,0	21	14,3
Altre regioni del nord	19	12,4	20	13,6
Regioni del centro-sud	5	3,3	3	2,0
Non disponibile	-	-	5	3,4
Totale	153	100,0	147	100,0

*valore depurato dagli scambi tra i subfornitori del distretto

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 98 – Distribuzione del fatturato delle imprese di subfornitura per localizzazione dei committenti e specializzazione, 2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Distretto % riga	Resto regione % riga	Altre regioni % riga	Non disponibile % riga
Tessiture	75,4	16,7	6,8	1,1
Taglio/Confezione	74,7	5,9	6,3	13,1
Stiro/Controllo/Imbusto	72,0	15,4	9,9	2,7
Ricami e applicazioni	57,1	13,3	29,6	-
Altre imprese	96,8	3,2	-	-
Totale	69,4	13,1	14,2	3,3

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 99 – Distribuzione del fatturato delle imprese di subfornitura per localizzazione dei committenti e classe di addetti, 2005

Valori riferiti all'universo delle imprese

	Distretto % riga	Resto regione % riga	Altre regioni % riga	Non disponibile % riga
fino a 3	82,8	7,1	5,6	8,5
4-9	85,0	12,0	26,1	0,9
10 e oltre	58,4	15,6	23,6	2,4
Totale	69,4	13,1	14,2	3,3

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 100 - Imprese di subfornitura per incidenza sul fatturato del committente principale, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002 %	2005 %
Fino a 25%	14,2	18,8
26% - 50%	41,7	42,8
51% - 75%	15,2	20,5
76% - 90%	15,4	4,6
91% - 100%	13,4	8,2
Non disponibile	-	5,1
Totale	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 101 - Imprese di subfornitura per numero di committenti, 2002-2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002 %	2005 %
Uno	8,2	7,4
2 o 3	38,6	19,3
4 o 5	16,9	23,6
Da 6 a 10	21,7	24,4
Da 11 a 20	8,1	12,5
Più di 20	6,5	7,7
Non disponibile	-	5,1
Totale	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

**Tav. 102 - Imprese di subfornitura con un elevato grado di dipendenza da un solo committente*
per classe di addetti, 2002-2005**

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002 % sul totale	2005 % sul totale
fino a 3	50,1	32,3
4 - 9	30,7	39,4
10 e oltre	33,4	26,5
Totale	44,1	33,3

*un committente che satura più della metà della capacità produttiva.

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

**Tav. 103 - Imprese di subfornitura con un elevato grado di dipendenza da un solo committente*
per specializzazione, 2002-2005**

Valori riferiti all'universo delle imprese

	2002 % sul totale	2005 % sul totale
Tessiture	30,4	34,5
Taglio/Confezione	44,2	31,7
Stiro/Controllo/Imbusto	55,1	37,4
Ricami e applicazioni	23,2	13,2
Altre imprese	51,4	33,7
Totale	44,1	33,3

*un committente che satura più della metà della capacità produttiva.

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

3. I problemi indicati e le azioni messe in atto dalle imprese

3.1 Le imprese finali

I problemi

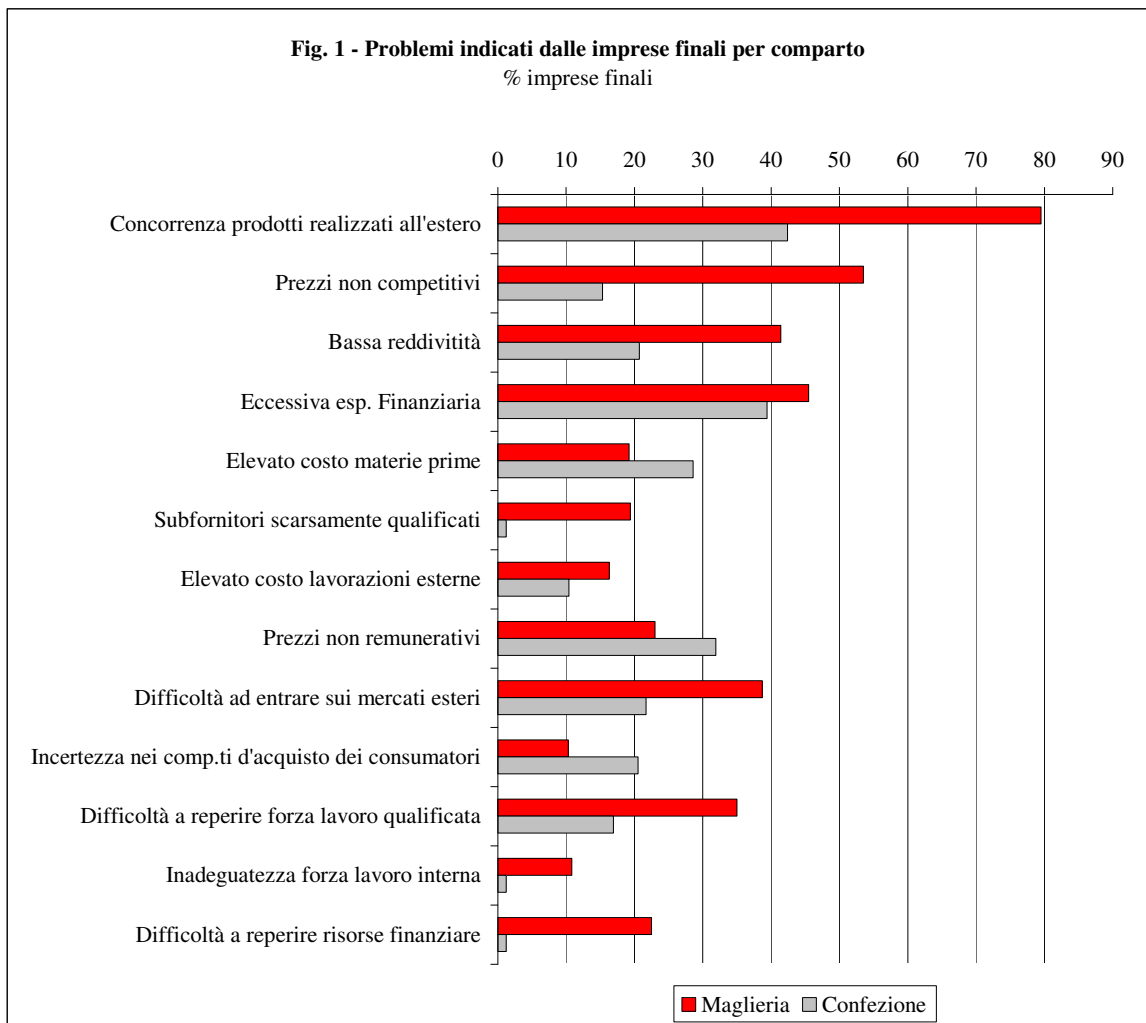
Le diverse dinamiche che hanno caratterizzato il comparto della maglieria e quello della confezione hanno contribuito ad accentuare le differenze nell'intensità dei problemi sentiti dalle imprese finali del distretto. Le imprese di maglieria indicano maggiormente problemi di concorrenza e scarsa competitività, rispetto a quelle di confezione, così come segnalano maggiori difficoltà nell'ampliare i mercati esteri di sbocco.

I problemi più segnalati sono la *concorrenza dei prodotti realizzati all'estero* e i *prezzi non competitivi* dei propri prodotti, indicati prevalentemente dalle aziende di maglieria e da una parte minoritaria delle imprese di confezione. I prodotti di provenienza estera sono spesso soggetti a contraffazione, nel senso che vengono etichettati come se fossero stati realizzati in Italia. Di questa concorrenza sleale le aziende lamentano l'estesa diffusione e pratica, determinata dall'assenza di una legislazione europea e nazionale sull'etichettatura di origine dei prodotti tessili e dell'abbigliamento (fig. 1).

A questi elementi si associano problemi legati alla *eccessiva esposizione finanziaria* e alla *difficoltà a reperire risorse finanziarie*, che sono comuni alle aziende di piccole dimensioni, caratterizzate da una minore solidità patrimoniale e finanziaria e da maggiori difficoltà di accesso al credito. L'appartenenza all'industria dell'abbigliamento rappresenta un ulteriore svantaggio, legato all'elevato rischio che il sistema bancario attribuisce a questo settore.

Altri problemi riguardano la *difficoltà ad entrare su nuovi mercati esteri*, indicata prevalentemente dalle aziende di piccole dimensioni le cui esportazioni dipendono da pochi mercati esteri di sbocco, e la *difficoltà a reperire forza lavoro qualificata*, riferita in particolare a stilisti, modellisti, tecnici di maglieria, programmatori macchine da tessitura, tecnici di produzione e controllo qualità, quadri commerciali, indicata dalle imprese di entrambi i comparti e di tutte le classi dimensionali. Le difficoltà di reperimento di queste figure professionali sono presenti nel distretto ormai da lungo tempo e questo potrebbe

apparire in contraddizione con il ridimensionamento occupazionale subito dal settore che ha reso disponibili sul mercato del lavoro molte lavoratrici e lavoratori con esperienza. In realtà, le professionalità di questo tipo che hanno perso il posto di lavoro rappresentano soltanto una minima parte di quelle espulse dalle imprese del settore e sono state subito riassorbite. Le imprese sottolineano la necessità di poter contare su nuove risorse umane, maggiormente scolarizzate rispetto al passato e dotate di una formazione specialistica orientata al settore. L'esigenza di inserire nelle aziende "nuove competenze" attraverso giovani specializzati emerge con forza sia dalle piccole che dalle imprese più strutturate.



Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Le strategie previste

Le strategie previste dalle imprese finali del distretto, nei prossimi tre anni, mostrano una forte volontà delle aziende di maglieria di reagire alle difficoltà e ai problemi incontrati nel corso degli ultimi anni soprattutto sui mercati esteri.

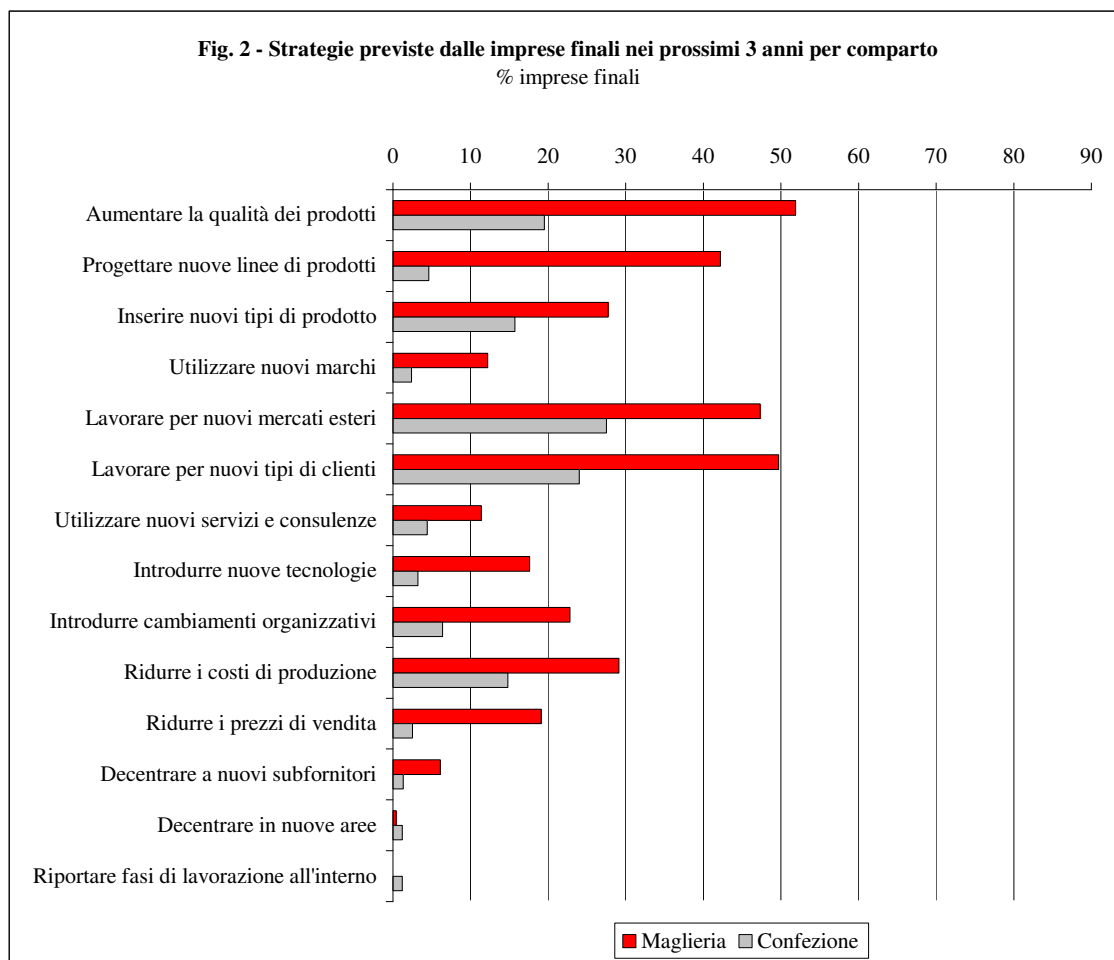
Le strategie sono tese ad *aumentare la qualità dei prodotti, progettare nuove linee di prodotti, lavorare per nuovi mercati esteri e per nuovi tipi di clienti* (fig. 2). Le aziende di maglieria intendono quindi apportare cambiamenti rilevanti in termini di posizionamento di mercato e mercati di riferimento, e a ciò corrisponde la volontà di potenziare alcune attività interne a carattere strategico, quali la *progettazione del prodotto, il commerciale Italia ed estero, la programmazione e organizzazione della produzione, il controllo qualità* (fig. 3).

Le strategie previste dalle imprese finali del comparto confezione sono in parte simili a quelle delle aziende di maglieria, ma essendo la maggior parte di esse già posizionate su fasce di mercato più elevate, nei prossimi anni dedicheranno risorse alla ricerca di *nuovi mercati esteri di sbocco* e di *nuovi tipi di clienti* (fig. 2). Le attività che prevedono di potenziare maggiormente sono, infatti, il *marketing* e il *commerciale Italia ed estero*, oltre che, come nella maglieria, la *progettazione del prodotto* e la *programmazione e organizzazione della produzione* (fig. 3).

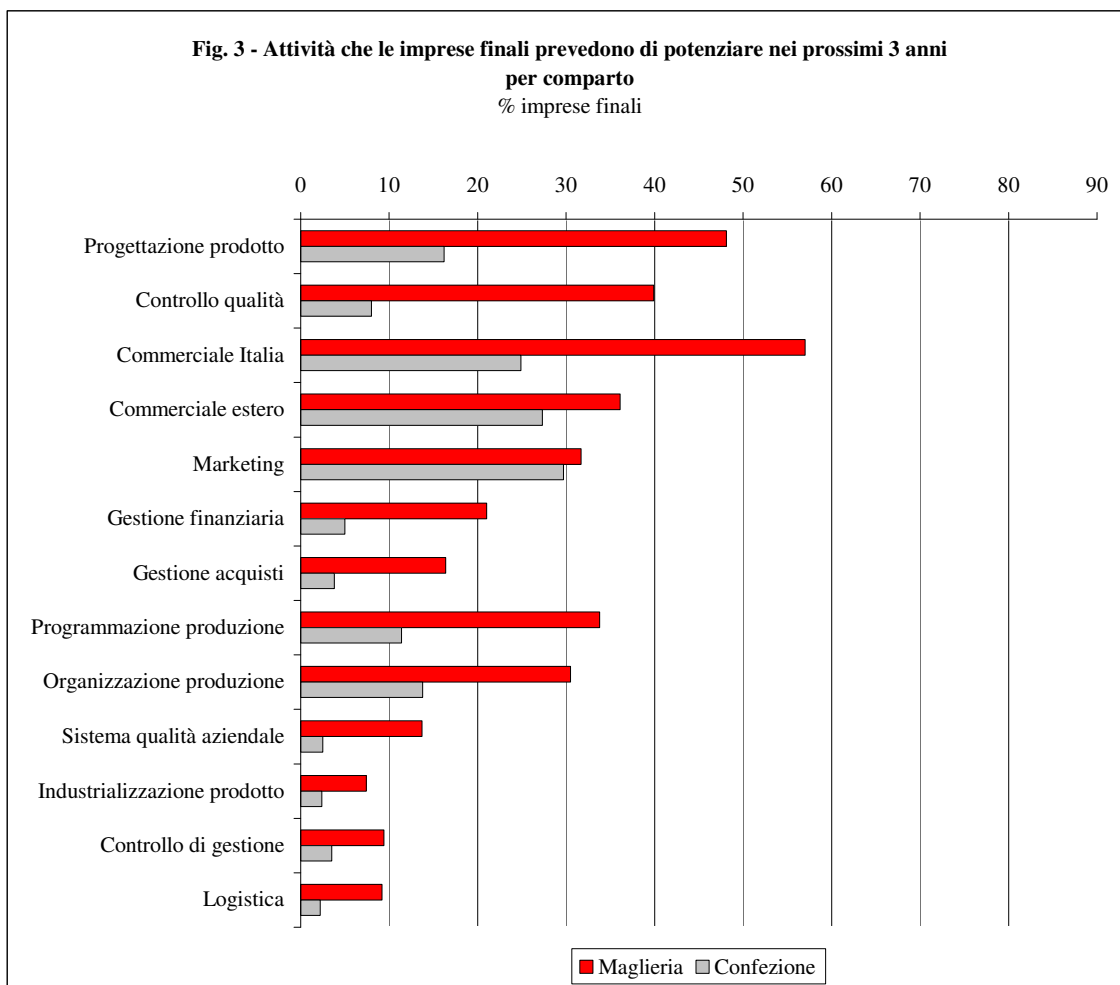
Tra le imprese finali del distretto sono presenti anche strategie tese alla *riduzione dei costi di produzione* e dei *prezzi di vendita* dei prodotti. La riduzione dei costi di produzione è un obiettivo perseguito da tempo dalle imprese finali del settore, sul quale, come è stato detto, sono stati ottenuti risultati significativi. Nei prossimi tre anni, le aziende finali che indicano questo fra gli obiettivi sono soprattutto imprese di maglieria che lavorano per il canale dell'ingrosso e della grande distribuzione, sui quali la concorrenza di prezzo è particolarmente elevata. Non mancano, tuttavia, imprese che operano su fasce alte e medio-alte del mercato e per il canale del dettaglio che perseguono una politica di contenimento dei costi di produzione. L'impegno su questo fronte fa assumere una funzione strategica all'attività di *programmazione e organizzazione della produzione* che un nucleo significativo di imprese finali prevede di potenziare nei prossimi anni.

A queste strategie aziendali è legato il bisogno di "nuove" competenze espresso dalle imprese finali del distretto che, pur essendo da lungo tempo presente nell'area, assume ora

una particolare criticità ed urgenza in relazione al contesto competitivo internazionale nel quale si trova inserito il settore.



Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi



Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Le iniziative di interesse

Alle imprese finali del distretto è stato chiesto di esprimere il grado di interesse per alcune iniziative che riguardano le politiche e le azioni a sostegno del settore. L'elenco delle iniziative sottoposte alla valutazione delle aziende comprendeva sia temi di rilevanza nazionale e internazionale sia ambiti legati alle politiche regionali e locali.

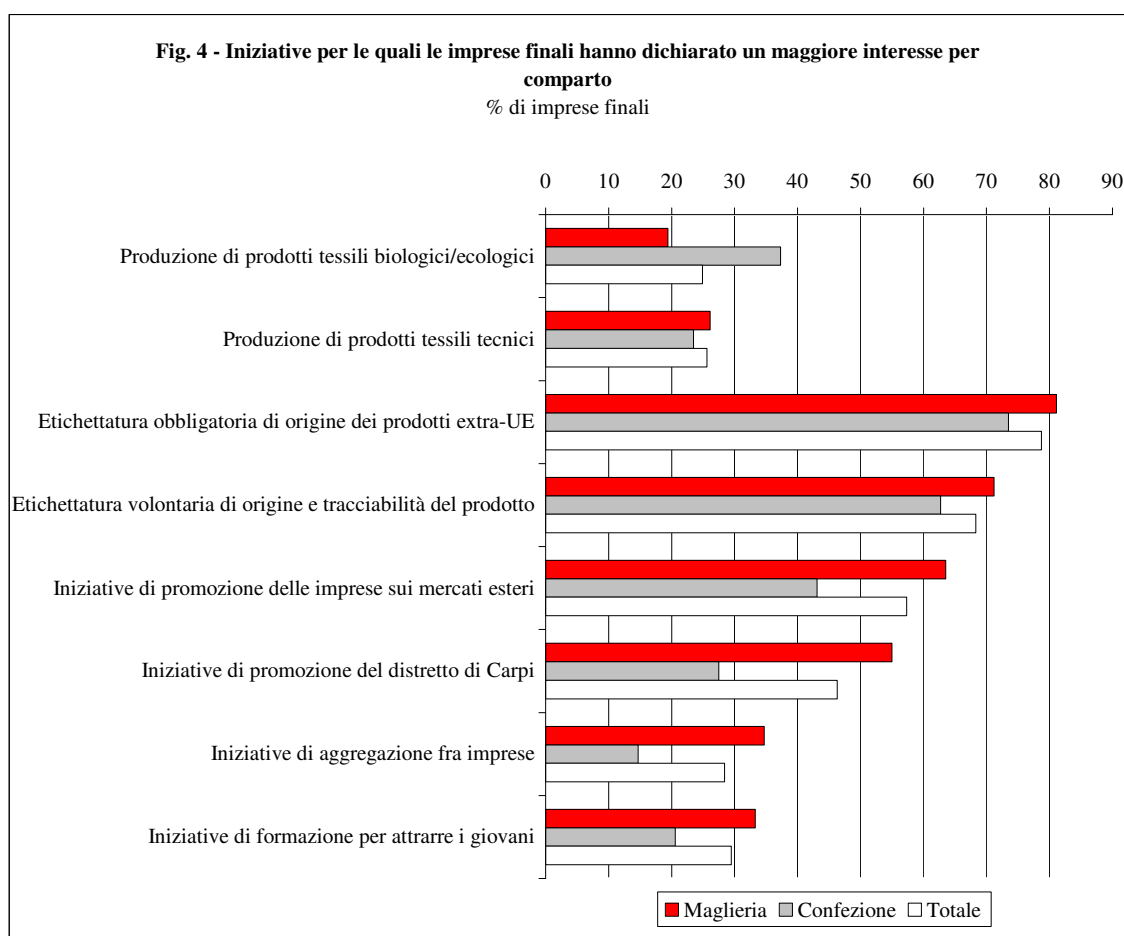
Le indicazioni emerse dalle risposte fornite dalle imprese finali (fig. 4) mettono in evidenza il fortissimo interesse per iniziative legate alla *etichettatura dei prodotti*, in particolare per l'etichettatura obbligatoria di origine dei prodotti extra-UE, ma anche per l'etichettatura volontaria di origine e tracciabilità del prodotto. Le ragioni che stanno alla base di questo elevato interesse sono connesse al fatto che la produzione del distretto è prevalentemente realizzata nel territorio italiano e si posiziona su una fascia di mercato alta e medio-alta espressione del gusto e dello stile del prodotto "made in Italy".

L'interesse per l'etichettatura di origine del prodotto è meno elevato fra le aziende di maggiori dimensioni che godono di una elevata visibilità grazie alla notorietà del proprio marchio, ma fra le imprese medie e piccole questo rappresenta l'intervento che raccoglie in assoluto il maggiore numero di segnalazioni.

Le altre iniziative di rilevante interesse per le imprese finali dell'area sono legate alla *promozione delle imprese sui mercati esteri*. Iniziative di questo tipo sono indicate sia dalle imprese di medie dimensioni sia dalle piccole aziende e, in relazione alle maggiori difficoltà avute sui mercati esteri, in misura superiore dalle imprese di maglieria. L'aspetto che differenzia maggiormente le imprese di maglieria da quelle di confezione è tuttavia legato al senso di appartenenza al distretto. Le imprese di maglieria mostrano infatti un maggiore interesse per iniziative di promozione del distretto, come area territoriale specializzata, rispetto a quelle di confezione, e questo è comprensibile se si considera che il distretto di Carpi nasce con una forte specializzazione nella maglieria, mentre la crescita del comparto della confezione è un fenomeno più recente.

Altre iniziative segnalate dalle imprese riguardano la *produzione di prodotti tessili biologici/ecologici* e la *produzione di prodotti tessili tecnici* che rappresentano ambiti interessanti di innovazione del prodotto e di differenziazione dei mercati di riferimento. A queste si aggiungono iniziative di *formazione per attrarre i giovani* verso il settore che,

come è stato detto, esprime il bisogno di nuove competenze; e interventi volti a favorire forme di *aggregazione fra imprese* alle quali paiono più interessate le imprese di minori dimensioni del comparto della maglieria, che in questi anni hanno avuto le maggiori difficoltà sia sul mercato interno sia sui mercati internazionali.



Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

3.2 Le imprese di subfornitura

I problemi segnalati dalle imprese di subfornitura del distretto sono gli stessi da molti anni (fig. 5). Il problema principale, o comunque uno dei più sentiti dalle aziende di tutte le dimensioni e specializzazioni, riguarda i *prezzi delle lavorazioni svolte*, ritenuti *non sufficientemente remunerativi* da circa la metà dei terzisti locali. Solo per i ricamifici la scarsa remuneratività dei prezzi è un problema relativamente meno pressante mentre, all'estremo opposto, ci sono le tessiture, con due aziende su tre che se ne lamentano.

D'altro lato, la politica di contenimento dei costi perseguita dalle imprese committenti dell'area mantiene fermi i prezzi delle lavorazioni da diversi anni, quando non si è addirittura verificato un loro abbassamento. Nel periodo considerato, la flessione dei prezzi delle lavorazioni ha interessato in misura differenziata le imprese di quasi tutte le specializzazioni, mentre i ricamifici sono le uniche imprese di subfornitura che non segnalano riduzioni delle tariffe praticate, ma una loro sostanziale stabilità, riuscendo anche in piccola misura ad ottenere prezzi più elevati dai propri committenti.

Nonostante la scarsa remuneratività, le aziende conto terzi del distretto ritengono che i prezzi praticati non siano sufficientemente competitivi, e nel complesso *la scarsa competitività di prezzo* si colloca sempre fra i primi problemi, ancora una volta con l'eccezione dei ricamifici. Questo tema è particolarmente sentito dalle imprese di taglio/confezione, fra le quali la scarsa competitività di prezzo rappresenta il problema più importante, e frequentemente viene messo in relazione alla concorrenza sleale delle imprese cinesi dell'area, quasi tutte specializzate in questo tipo di lavorazioni.

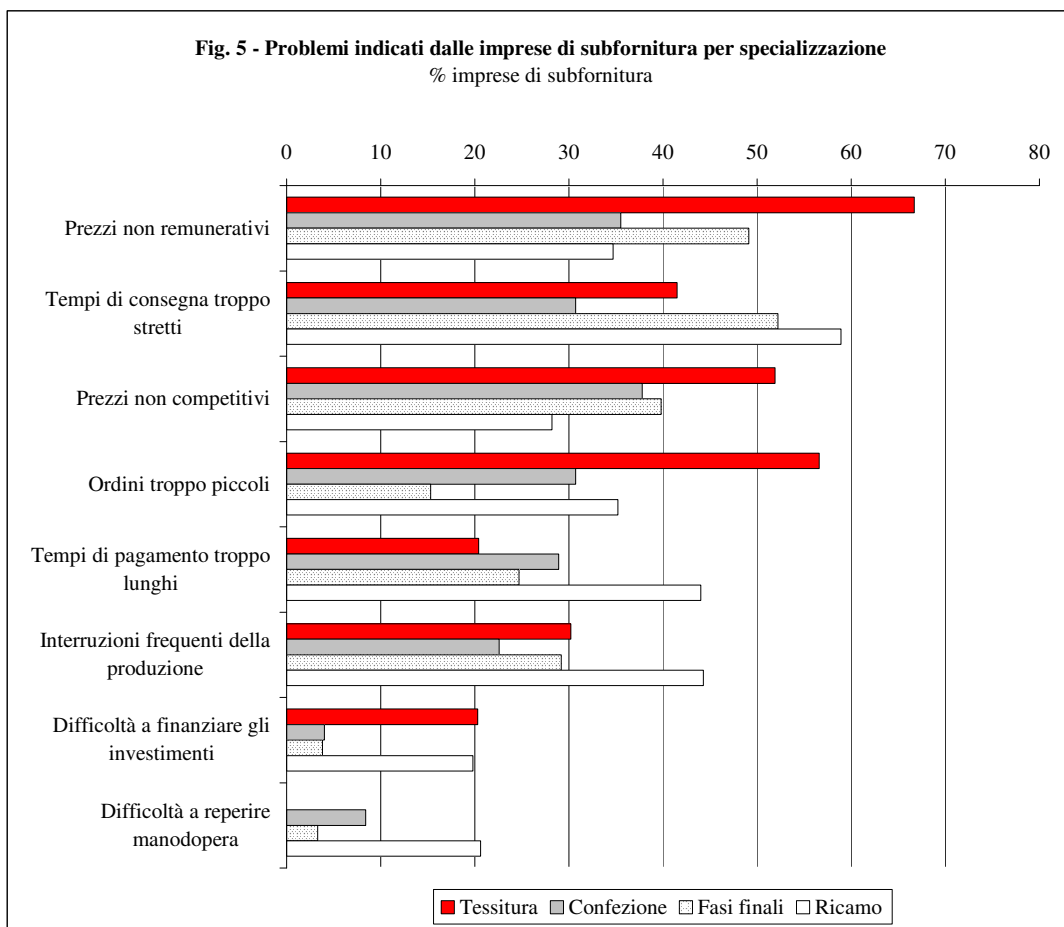
Come in passato, anche i *tempi di consegna troppo stretti* ricevono un numero elevato di segnalazioni, rappresentando nel complesso il secondo problema in ordine di importanza all'interno della subfornitura locale, al pari della scarsa competitività di prezzo. Viene particolarmente sentito dai ricamifici e dalle aziende specializzate nelle fasi finali del ciclo produttivo (fra esse è il più importante), sulle quali tendono a scaricarsi in maggior misura i ritardi e gli inconvenienti che si possono presentare lungo il ciclo di produzione.

Un ulteriore problema, sempre piuttosto sentito dalla subfornitura locale, riguarda *l'eccessiva frammentazione degli ordini*, una caratteristica della produzione delle imprese finali del distretto che si è ulteriormente accentuata negli ultimi anni. Nel complesso, la

piccola dimensione delle commesse è un problema segnalato da una impresa conto terzi su tre, ed è molto più presente fra le aziende di tessitura. Un problema ad esso correlato sono le *interruzioni frequenti della produzione*, e il conseguente mancato sfruttamento dell'intera capacità produttiva disponibile, un fattore in parte fisiologico all'interno del settore tessile abbigliamento. Nel corso del periodo considerato, i mesi di arresto produttivo o di poco lavoro sono stati mediamente più di tre l'anno, oscillando fra i quattro mesi delle tessiture e il mese e mezzo dei ricamifici.

Infine, la *difficoltà a finanziare gli investimenti* viene sentita in special modo dalle tessiture, imprese caratterizzate da una forte propensione all'investimento, che anche nelle fasi più critiche hanno destinato risorse all'aggiornamento del proprio parco macchine, allo scopo di mantenere e migliorare la competitività.

Una quota di segnalazioni analoga si registra anche per le aziende che eseguono ricami e applicazioni, lavorazioni che, al pari della tessitura, sono caratterizzate da una elevata intensità di capitale.



Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

4. Alcune considerazioni finali

L'analisi dell'evoluzione del settore maglieria e confezione nel distretto di Carpi, nel periodo 2002-2006, contiene elementi di grande interesse.

Dopo una lunga fase di costante ridimensionamento del valore della produzione, il fatturato ritorna a crescere e si affermano nuovi protagonisti che contribuiscono a determinare questa tendenza positiva.

In questi anni particolarmente difficili per l'industria tessile abbigliamento italiana, una parte delle imprese del distretto ha intrapreso con decisione nuove strategie, inserendosi nei segmenti più dinamici del mercato, innovando i prodotti; scegliendo canali distributivi diretti e non più indiretti; investendo nella promozione del proprio marchio. A fianco dei marchi più conosciuti e di prestigio, sono emersi nuovi marchi che hanno come protagoniste imprese gestite da una nuova generazione di imprenditori.

Le performance di queste imprese hanno consentito il ritorno ad un trend positivo del fatturato e rappresentano un importante risultato del processo di riposizionamento che il sistema produttivo locale ha compiuto in questi anni.

Il settore maglieria e confezione del distretto assume oggi una nuova fisionomia attraverso la progressiva diminuzione delle produzioni che lo hanno storicamente caratterizzato, relative a prodotti con marchi non riconosciuti dal consumatore finale vendute attraverso canali distributivi indiretti.

Mai come in questi anni le performance delle imprese locali sono state così diverse ed eterogenee fra loro, con aziende che hanno registrato crescite significative e altre che hanno subito forti ridimensionamenti. Anche fra le imprese che hanno avuto dinamiche positive, si individuano aziende con caratteristiche differenti in termini di fascia di mercato, tipologia di prodotto, struttura organizzativa, ecc., segno questo che le risposte al cambiamento del contesto esterno non sono univoche e che ogni impresa individua una propria combinazione di fattori che la rendono competitiva.

Nelle storie delle imprese di successo di questi anni vi sono comunque alcuni elementi comuni, rappresentati dall'innovazione del prodotto, intesa come ricerca stilistica, e dalla promozione del marchio. Questi due aspetti assumono un'importanza decisiva per

competere sul mercato, oltre alla scelta dei canali distributivi, avvicinando l'impresa al consumatore finale.

La trasformazione del sistema produttivo locale ha coinvolto anche la specializzazione produttiva. L'industria tessile abbigliamento dell'area è sempre stata orientata alla produzione di maglieria, ma negli ultimi anni questa ha subito un rilevante ridimensionamento, mentre il comparto della confezione è cresciuto in misura significativa. Per la prima volta nella storia del distretto, il valore della produzione di prodotti della confezione su tessuto supera quello della maglieria, determinando un ampliamento della gamma dei prodotti offerti e un impatto molto forte sulla subfornitura locale.

Le imprese di subfornitura dell'area sono sempre state specializzate nella realizzazione di capi in maglia, tanto che le aziende del comparto confezioni hanno sempre decentrato in misura rilevante fuori distretto in altre aree territoriali. Le difficoltà del comparto maglieria hanno aggravato la situazione delle imprese conto terzi locali, da tempo sottoposte alla concorrenza dei laboratori cinesi (insediatisi nel distretto e nelle aree territoriali vicine) e delle produzioni delocalizzate all'estero.

In questi anni, a fronte della dinamica positiva del fatturato, l'occupazione del settore ha continuato a diminuire, soprattutto nelle imprese che lavorano per conto terzi. Questa divaricazione fra dinamica del fatturato e dell'occupazione deriva dal maggiore ricorso delle imprese del distretto a subfornitori di altre aree territoriali. Non solo attraverso delocalizzazioni all'estero, che sono ancora contenute rispetto ad altre aree nazionali, ma con lo spostamento di produzioni in zone, anche vicine geograficamente, dove sono presenti laboratori di subfornitura di etnia cinese che operano a prezzi inferiori e con tempi di produzione molto rapidi.

Malgrado il ridimensionamento delle imprese di subfornitura locali, la produzione del distretto di Carpi è ancora realizzata prevalentemente in Italia. Storicamente questo distretto è sempre stato un sistema produttivo aperto, avendo sempre decentrato in altre aree dell'Italia del nord e del centro-sud. La specializzazione prevalente dell'area, legata a prodotti di fascia medio-alta e alta, variabili nel tempo e realizzati in serie corte, ha reso necessario il ricorso a subfornitori di piccole dimensioni, molto flessibili e possibilmente non troppo distanti dal punto di vista territoriale.

Nel distretto vi sono, comunque, imprese che decentrano produzioni all'estero e alcune che hanno realizzato investimenti diretti in aziende di produzione localizzate in diversi paesi dell'Est Europeo. Le produzioni decentrate all'estero sono quelle di serie più lunghe e relative a prodotti maggiormente standardizzati o basici.

Tuttavia, il novanta per cento delle imprese del distretto continua a produrre solo in Italia, per cui la produzione dell'area si configura, a tutti gli effetti, come una produzione prevalentemente "made in Italy", nel senso di realizzata interamente sul territorio italiano.

Numerose imprese ritengono che questa sia una scelta strategica, per il segmento di mercato nel quale operano, che dà valore al prodotto per l'accuratezza delle lavorazioni, le finiture e la cura dei particolari. Queste caratteristiche sono premiate dalla clientela estera e da un'ampia fascia di consumatori italiani.

Fra le imprese che, negli ultimi anni, hanno avuto performance molto positive la maggior parte produce solo in Italia, mentre soltanto alcune delocalizzano la produzione all'estero.

La scelta della delocalizzazione nei paesi esteri non costituisce in sé una strategia di successo e, come si è detto, è legata al tipo di prodotto e alle serie di produzione realizzate.

In relazione alle caratteristiche "made in Italy" della maggior parte della produzione dell'area, le imprese esprimono un forte interesse per iniziative riguardanti l'etichettatura di origine e la tracciabilità dei prodotti, allo scopo di contrastare le contraffazioni che subiscono i prodotti italiani e dare trasparenza alla provenienza dei prodotti con informazioni utili al consumatore per un acquisto più consapevole.

Negli ultimi anni, la crescita del fatturato del settore maglieria e confezione del distretto è stata trainata dal mercato interno, mentre le esportazioni hanno subito una flessione, attribuibile al pessimo andamento del comparto maglieria sui mercati esteri. Questa dinamica ha determinato una diminuzione della propensione esportatrice del sistema produttivo locale, che ha rafforzato il proprio orientamento verso il mercato interno, al quale destina i due terzi della produzione.

Le produzioni più penalizzate in questi anni, sia sul mercato interno sia sui mercati esteri, sono quelle di prodotti di fascia media non supportati da politiche di marchio, venduti attraverso il canale indiretto del grossista/importatore o direttamente alla grande distribuzione. Negli ultimi anni, la dinamica dei consumi interni ha registrato una flessione degli acquisti di produzioni di fascia media, a favore di quelle di fascia alta e di fascia

bassa, e per i prodotti destinati ai due canali distributivi citati la concorrenza di prezzo è notevolmente aumentata. Le aziende del distretto più legate a questi canali distributivi e che realizzano prodotti non supportati da politiche di marchio appartengono prevalentemente al comparto della maglieria, e questa rappresenta una delle ragioni che sta alla base delle difficoltà di questa parte del sistema produttivo locale. A ciò si deve aggiungere la scarsa diversificazione dei mercati esteri di sbocco.

La maggior parte delle imprese del distretto opera sui mercati esteri, ma per le aziende di piccole dimensioni i paesi di destinazione delle esportazioni sono numericamente limitati e concentrati nell'area dell'Unione Europea a 15. Queste imprese hanno reali difficoltà ad affrontare i nuovi mercati di sbocco e numerose esprimono l'esigenza di iniziative di supporto per la promozione sui mercati esteri.

Il processo di riposizionamento del settore maglieria e confezione del distretto ha determinato l'esigenza di nuove competenze e reso particolarmente critico il problema della formazione e del reperimento delle risorse umane. Malgrado l'espulsione di un numero rilevante di occupati, le professionalità difficili da reperire sul mercato del lavoro sono numerose, soprattutto quelle caratterizzate da livelli di scolarizzazione medio-alti e da una formazione specialistica orientata al settore.

I risultati positivi ottenuti da una parte delle imprese del distretto consentono di delineare nuove prospettive per il sistema produttivo locale. Le possibilità di crescita future sono tuttavia legate prevalentemente ai mercati esteri ed è sulla capacità di ampliare i mercati di riferimento che si fonda la possibilità di cogliere le opportunità presenti sui mercati internazionali.

L'innovazione del prodotto, la promozione del marchio, la rete commerciale e distributiva, rappresentano le variabili principali sulle quali si gioca la competizione nel settore tessile abbigliamento, e se i risultati ottenuti sul mercato interno dimostrano la validità delle strategie seguite dalle imprese, rimane invece aperta la sfida dei mercati internazionali.

Appendice 1

Sintesi delle dinamiche del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

	Tendenze 2000-2002	Tendenze 2002-2006
DATI GENERALI		
<i>Numero imprese</i>	in diminuzione	in diminuzione
<i>Numero addetti</i>	in diminuzione	in diminuzione
IMPRESE FINALI		
<i>Numero imprese</i>	stabili	in diminuzione
<i>Numero addetti</i>	in diminuzione	in diminuzione
<i>Fatturato</i>	in diminuzione	in aumento
<i>Dimensione media in termini di:</i> <i>Occupati</i> <i>Fatturato</i>	in diminuzione in leggera diminuzione	stabile in aumento
<i>Grado di concentrazione della produzione</i>	in aumento	in aumento
<i>Vendite per canale distributivo</i> <i>Ingrosso</i> <i>Dettaglio</i> <i>Grande distribuzione</i> <i>Società commerciali</i> <i>Altri produttori</i> <i>Altri canali (vendite a catalogo, ecc.)</i>	in diminuzione in aumento in diminuzione in aumento in aumento in diminuzione	in diminuzione in aumento in diminuzione in diminuzione in diminuzione
<i>Export</i>	in diminuzione	in diminuzione fino al 2004 in aumento nel 2005-2006
<i>Vendite per tipo di marchio</i> <i>Propri</i> <i>su Licenza</i> <i>dei Clienti o senza marchio</i>	in aumento in diminuzione in diminuzione	in aumento stabili e previsti in crescita in diminuzione
<i>Livello di integrazione verticale</i>	stabile	stabile
<i>Aree di decentramento produttivo</i> <i>Distretto</i> <i>Altre aree della regione</i> <i>Altre regioni italiane</i> <i>Estero</i>	in leggera diminuzione in diminuzione in diminuzione stabile	in diminuzione in aumento in diminuzione in aumento

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

	Tendenze 2000-2002	Tendenze 2002-2006
IMPRESE DI SUBFORNITURA		
<i>Numero imprese</i>	in diminuzione	in diminuzione
<i>Numero addetti</i>	in diminuzione	in diminuzione
<i>Fatturato</i>	in diminuzione	in diminuzione
<i>Dimensione media in termini di:</i> <i>Occupati</i> <i>Fatturato</i>	stabile in leggero aumento	stabile in aumento
<i>Dimensione delle serie di produzione</i>	in diminuzione	in diminuzione
<i>Fatturato e occupazione per specializzazione produttiva:</i> <i>Tessitura</i> <i>Taglio-confezione</i> <i>Stiro-controllo-imbusto</i> <i>Ricamo e applicazioni</i>	in diminuzione in diminuzione in diminuzione in crescita	in diminuzione in diminuzione in diminuzione in crescita
<i>Tipo di committenti</i> <i>Imprese finali</i> <i>Imprese di subfornitura</i>	stabile stabile	in diminuzione in leggera crescita
<i>Localizzazione dei committenti</i> <i>Distretto</i> <i>Altre aree della regione</i> <i>Altre regioni del nord</i> <i>Regioni del centro-sud</i>	in diminuzione in leggero aumento in aumento in leggero aumento	in diminuzione in diminuzione stabile in diminuzione
<i>Dipendenza dal committente principale</i>	in leggero calo	in calo

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Appendice 2

Supplemento sui produttori di tessuti a maglia

Premessa

In occasione dell'ottava rilevazione dell'Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi è stato realizzato un supplemento d'indagine sulle aziende che producono tessuti a maglia²².

I produttori di tessuti a maglia rappresentano un interessante nucleo di imprese, costituito da alcune decine di unità, che realizzano tessuti di propria ideazione destinati prevalentemente all'industria dell'abbigliamento.

Nel distretto di Carpi esse rappresentano l'unica presenza di comparti a monte della filiera, produttori di beni intermedi, essendo storicamente assenti sia produttori di filati sia produttori di tessuti trama/ordito.

Queste imprese non fanno parte del panel di aziende sul quale vengono realizzate le indagini periodiche dell'Osservatorio e in occasione di questa rilevazione è stato predisposto un questionario specifico ad esse dedicato, e sono state scelte alcune imprese significative, indicate dalle Associazioni di categoria, alle quali è stato somministrato il questionario.

²² Il supplemento di indagine è stato richiesto dalle Associazioni di categoria CNA Federmonda, LAPAM Federimpresa e Confindustria Modena.

Le caratteristiche delle aziende intervistate

Le imprese che hanno collaborato all'indagine sono complessivamente otto²³ e fra queste sono presenti le aziende di maggiori dimensioni di questo comparto.

Due hanno una dimensione inferiore ai 20 addetti, cinque appartengono alla classe 20-49 addetti e una ne ha oltre 50. Nel 2005, le aziende del campione occupavano circa 270 lavoratori sviluppando un giro d'affari pari a 65 milioni di euro; nel 2006, a parità di occupazione, il fatturato è aumentato del 6%, attestandosi sui 69 milioni di euro (tav. 1).

Tav. 1 – Produttori di tessuti a maglia per classe di addetti, 2005 e 2006

Valori riferiti al campione di imprese intervistate

	Imprese		Addetti				Fatturato (milioni di euro)			
	v.a.	%	2005		2006		2005		2006	
			v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Fino a 19	2	25,0	23	8,6	26	9,8	12	18,1	13	18,8
20 – 49	5	62,5	146	54,5	137	51,9	34	52,3	35	50,7
50 e oltre	1	12,5	99	36,9	101	38,3	19	29,5	21	30,5
Totale	8	100,0	268	100,0	264	100,0	65	100,0	69	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

I prodotti realizzati

I produttori di tessuti intervistati sono fortemente specializzati nella produzione di tessuti a maglia che rappresentano il 97% del loro giro d'affari. E' significativo, tuttavia, sottolineare che un'impresa offre ai propri clienti anche una piccola quota di tessuti a navetta, che vengono esclusivamente commercializzati, mentre due aziende realizzano capi finiti di maglieria senza cuciture (*seamless*) producendoli direttamente. La prima persegue,

²³ La lista iniziale dei produttori di tessuti era composta da quindici imprese, ma soltanto otto hanno collaborato all'indagine.

attraverso la commercializzazione, una strategia di ampliamento della gamma dei prodotti di tipo orizzontale, e cioè relativa sempre a prodotti intermedi; le seconde, invece, hanno intrapreso una strategia di ampliamento della gamma di tipo verticale, entrando nei comparti a valle dei produttori di capi di abbigliamento finiti.

Il settore d'impiego dei tessuti realizzati è esclusivamente l'abbigliamento; prevalentemente abbigliamento esterno, per l'86% del fatturato (tav. 3), anche se non mancano produzioni destinate all'abbigliamento intimo e a quello tecnico-sportivo, nel quale operano la metà delle aziende intervistate.

La gamma dei prodotti offerti è ampia. Le imprese realizzano numerosi tipi di tessuto (jersey, felpe, interlock, elasticizzati, spugne, velluti, broccati, stampati, ricamati, traforati, double, ecc.), nelle diverse finzze, utilizzando vari tipi di materiali, dalle fibre naturali come il cotone, la lana, la viscosa, a filati misti, sintetici, o alle microfibre.

I tessuti invernali sviluppano la maggior parte del fatturato (il 59%), anche se una parte importante della produzione è rappresentata da tessuti estivi (circa il 41%); se si considerano i consumatori di riferimento, invece, i prodotti destinati alla donna rappresentano circa il 75% del totale, e ad essi vengono affiancate produzioni di tessuti per uomo, bambino o prodotti unisex (tavv. 4-7).

Tav. 2 – Produttori di tessuti a maglia per settori di impiego dei prodotti offerti, 2005
Valori riferiti al campione di imprese intervistate

Multirisposta	Fino a 19 v.a.	20 - 49 v.a.	50 e oltre v.a.	Totale v.a.
Abbigliamento esterno	2	5	1	8
Abbigliamento intimo	-	3	-	3
Abbigliamento tecnico e sportivo	-	4	-	4
Totale	2	5	1	8

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 3 – Distribuzione del fatturato dei produttori di tessuti a maglia per settore di impiego dei prodotti offerti, 2005

Valori riferiti al campione di imprese intervistate

	Fino a 19 %	20 - 49 %	50 e oltre %	Totale %
Abbigliamento esterno	100,0	72,9	100,0	85,8
Abbigliamento intimo	-	11,5	-	6,0
Abbigliamento tecnico e sportivo	-	15,6	-	8,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 4 – Produttori di tessuti a maglia per tipo di consumatore, 2005

Valori riferiti al campione di imprese intervistate

Multirisposta	Fino a 19 v.a.	20 - 49 v.a.	50 e oltre v.a.	Totale v.a.
Uomo	1	4	1	6
Donna	1	5	1	7
Bimbo	-	3	-	3
Unisex	1	2	-	3
Totale	2	5	1	8

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 5 – Distribuzione del fatturato dei produttori di tessuti a maglia per tipo di consumatore, 2005

Valori riferiti al campione di imprese intervistate

	Fino a 19 %	20 - 49 %	50 e oltre %	Totale %
Uomo	8,5	16,5	5,0	11,7
Donna	76,8	62,8	95,0	74,8
Bimbo	-	12,5	-	6,6
Unisex	14,6	8,2	-	6,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 6 – Distribuzione del fatturato dei produttori di tessuti a maglia per tipo di prodotti, 2005
Valori riferiti al campione di imprese intervistate

	Fino a 19 %	20 - 49 %	50 e oltre %	Totale %
Tessuti invernali	50,0	59,1	65,0	59,2
Tessuti estivi	50,0	40,9	45,0	43,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 7 – Produttori di tessuti per tipi di materiali impiegati, 2005
Valori riferiti al campione di imprese intervistate

Multirisposta	Fino a 19 v.a.	20 - 49 v.a.	50 e oltre v.a.	Totale v.a.
Cotone	2	5	1	8
Lino	-	4	-	4
Canapa	-	2	-	2
Lana	1	5	1	7
Seta	-	2	1	3
Misti cotone	-	5	1	6
Misti lana	-	4	1	5
Viscosa	2	5	1	8
Acetato	2	1	1	4
Nylon	-	5	1	6
Poliestere	1	5	1	7
Acrilico	1	3	1	5
Microfibre	1	4	1	6
Totale	2	5	1	8

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Il campionario e la fascia di mercato

Analogamente alle imprese finali dell'abbigliamento locali, anche i produttori di tessuti a maglia dimostrano una notevole capacità creativa. Tutte le imprese intervistate realizzano propri campionari, e anche aziende di piccola dimensione sono in grado di proporre ai clienti un numero elevato di articoli diversi, con una elevata segmentazione dell'offerta per tipologie di prodotto e, almeno in parte, per consumatore, settore di destinazione e fascia di mercato. Il numero di articoli proposti, in un anno, varia da una media di 120 per le imprese più piccole, ai 300 delle aziende della classe 20-49 occupati (tav. 8).

Nel complesso, il posizionamento di mercato delle aziende intervistate è elevato: quasi tutte sono presenti sulla fascia medio-alta, mentre l'impresa di maggiori dimensioni è posizionata sulla fascia alta. Fra le aziende di minori dimensioni, il posizionamento risulta più differenziato e leggermente più basso, attraverso una maggiore presenza sulla fascia media e, per un'impresa, sulla fascia medio-bassa del mercato.

La maggior parte dei produttori di tessuti ha tra i propri clienti griffe o grandi marchi industriali. La produzione destinata ai grandi marchi rappresenta la maggior parte del giro d'affari (il 90%) dell'impresa di maggiori dimensioni, mentre fra le aziende medie raggiunge un'incidenza di poco inferiore al 40%. Nel caso delle imprese più piccole, la quota di produzione destinata a griffe o grandi marchi industriali è determinata da una sola azienda posizionata prevalentemente sulla fascia medio-alta, mentre l'altra impresa intervistata opera su una fascia di mercato più bassa e non lavora per questo tipo di clienti (tavv. 9-10).

Le aziende intervistate realizzano anche prodotti ideati dai clienti, sei su otto, tuttavia in questo caso il giro d'affari sviluppato risulta contenuto al di sotto del dieci per cento del fatturato totale.

Per quanto riguarda il calendario di produzione, infine, tutte le imprese realizzano produzioni secondo il calendario cosiddetto "programmato", con il quale sviluppano la maggior parte del fatturato, pari al 72% del totale.

Un elevato numero di aziende, sei su otto, realizza anche produzioni "flash", per l'aggiornamento delle collezioni, e produzioni "pronto moda", mentre in un minore numero di casi, tre su otto, le imprese realizzano "riassortimenti" di prodotti già inseriti nelle collezioni.

La quota di produzione flessibile, data dalla somma dei flash, del pronto moda e dei riassortimenti, raggiunge incidenze più elevate fra le aziende piccole e medie, con valori intorno al 35-40% del fatturato totale (tav. 12).

Tav. 8 – Produttori di tessuti a maglia che realizzano un campionario proprio e numero medio di articoli proposti ai clienti, 2005
Valori riferiti al campione di imprese intervistate

	Fino a 19 v.a.	20 - 49 v.a.	50 e oltre v.a.	Totale v.a.
Si	2	5	1	8
No	-	-	-	-
Totale	2	5	1	8
<i>N. medio di articoli proposti in campionario (in un anno)</i>	120	300	1500	417

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 9 – Produttori di tessuti a maglia per fascia di mercato dei prodotti offerti, 2005
Valori riferiti al campione di imprese intervistate

Multirisposta	Fino a 19 v.a.	20 - 49 v.a.	50 e oltre v.a.	Totale v.a.
Alta	-	-	1	1
Medio-alta	1	5	-	6
Media	2	1	-	3
Medio-bassa	1	-	-	1
Bassa	-	-	-	-
Totale	2	5	1	8

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 10 – Produttori di tessuti a maglia che lavorano per griffe/grandi marchi industriali e incidenza sul fatturato, 2005

Valori riferiti al campione di imprese intervistate

	Fino a 19 v.a.	20 - 49 v.a.	50 e oltre v.a.	Totale v.a.
Si	1	5	1	7
No	1	-	-	1
Totale	2	5	1	8
<i>% di fatturato sviluppata con griffe/grandi marchi industriali</i>	68,3	38,7	90,0	59,2

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 11 – Produttori di tessuti per calendario di produzione, 2005

Valori riferiti al campione di imprese intervistate

	Fino a 19 v.a.	20 - 49 v.a.	50 e oltre v.a.	Totale v.a.
Multirisposta				
Programmato	2	5	1	8
Flash	1	5	-	6
Riassortimenti	-	3	-	3
Pronto moda	2	3	1	6
Totale	2	5	1	8

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 12 – Distribuzione del fatturato dei produttori di tessuti a maglia per calendario di produzione, 2005

Valori riferiti al campione di imprese intervistate

	Fino a 19 %	20 - 49 %	50 e oltre %	Totale %
Programmato	64,3	60,3	98,0	72,2
Flash	12,8	11,5	-	8,3
Riassortimenti	-	6,2	-	3,3
Pronto moda	22,9	22,0	2,0	16,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Il mercato e i tipi di clienti

I produttori di tessuti intervistati lavorano quasi esclusivamente per imprese finali del settore abbigliamento, sviluppando con questi clienti l'86% del fatturato. Solo un paio di aziende, di media dimensione, hanno rapporti con la distribuzione (grossisti e GDO) e realizzano una piccola parte del loro giro d'affari anche attraverso vendite ad altri produttori di tessuti (tavv. 13-14).

Tutte le imprese, eccetto una di piccole dimensioni, esportano parte della produzione, e in due casi su otto il mercato estero rappresenta l'area principale di sbocco. La presenza sui mercati internazionali e il numero di paesi di esportazione tendono a crescere con la dimensione aziendale, e le imprese medie e più grandi esportano circa il 30% della produzione (tavv. 15-16).

I paesi di destinazione dell'export sono soprattutto quelli europei, primo fra tutti la Francia, ma compaiono anche alcuni mercati lontani, come Stati Uniti e Giappone (tav. 17). Le esportazioni di tessuti a maglia rappresentano il 3,7% dell'export di prodotti tessili e abbigliamento della provincia di Modena e negli ultimi anni hanno registrato un trend di crescita positivo, intorno al sei per cento di media all'anno.

In Italia, la clientela dei produttori di tessuti a maglia è molto diversificata dal punto di vista territoriale e una parte consistente dei prodotti è destinata a clienti localizzati fuori dell'Emilia Romagna. Nessuna impresa, fra quelle intervistate, ha come mercato prevalente il mercato locale. Il mercato di riferimento è quindi prevalentemente nazionale ed internazionale e sul fronte della promozione i produttori intervistati appaiono molto attivi.

Le imprese promuovono la propria presenza sul mercato partecipando a importanti fiere di settore, sia italiane che estere, francesi in particolare, e anche aziende di dimensioni medio-piccole sono presenti ogni anno a più eventi fieristici (tav. 18). Le fiere a cui partecipano le imprese intervistate sono *Première Vision* e *Interfilière* a Parigi, *ModaIn* a Milano, *Tissu Première* a Lille.

Tav. 13 – Produttori di tessuti per tipo di clienti, 2005

Valori riferiti al campione di imprese intervistate

	Fino a 19 v.a.	20 - 49 v.a.	50 e oltre v.a.	Totale v.a.
Multirisposta				
Imprese abbigliamento	2	5	1	8
Produttori di tessuti	-	2	-	2
Grossisti	-	2	-	2
Grande distribuzione	-	1	-	1
Totale	2	5	1	8

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 14 – Distribuzione del fatturato dei produttori di tessuti a maglia per tipo di clienti, 2005

Valori riferiti al campione di imprese intervistate

	Fino a 19 %	20 - 49 %	50 e oltre %	Totale %
Imprese abbigliamento	100,0	73,3	100,0	86,0
Produttori di tessuti	-	4,1	-	2,1
Grossisti	-	8,1	-	4,2
Grande distribuzione	-	14,5	-	7,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 15 – Produttori di tessuti per localizzazione dei clienti, 2005

Valori riferiti al campione di imprese intervistate

	Fino a 19 v.a.	20 - 49 v.a.	50 e oltre v.a.	Totale v.a.
Multirisposta				
Provincia di Modena	2	4	1	7
Altre aree della regione	1	5	1	7
Altre regioni italiane	2	5	1	8
Estero	1	5	1	7
Totale	2	5	1	8

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 16 – Distribuzione del fatturato dei produttori di tessuti a maglia per localizzazione dei clienti, 2005
Valori riferiti al campione di imprese intervistate

	Fino a 19 %	20 - 49 %	50 e oltre %	Totale %
Provincia di Modena	10,0	14,0	17,0	14,2
Altre aree della regione	34,2	13,0	24,0	20,1
Altre regioni italiane	42,2	40,7	29,0	37,5
Estero	13,7	32,3	30,0	28,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 17 – Produttori di tessuti a maglia per paesi esteri nei quali esportano, 2005
Valori riferiti all'universo delle imprese

1° paese		2° paese		3° paese	
N. imprese		N. imprese		N. imprese	
Francia	3	Spagna	3	Francia	2
Grecia	1	Portogallo	1	Portogallo	1
Germania	1	Paesi Nordici	1	Germania	1
Spagna	1	Francia	1	Olanda	1
USA	1	Romania	1	Giappone	1

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 18 – Fiere italiane e estere a cui hanno partecipato i produttori di tessuti negli ultimi tre anni, 2005
Valori riferiti al campione di imprese intervistate

	Fino a 19 %	20 - 49 %	50 e oltre %	Totale %
<i>Fiere italiane</i>				
ModaIn Milano	-	2	1	3
<i>Fiere estere</i>				
Première Vision Parigi	-	4	1	5
Interfilière Parigi	-	2	-	2
Tissu Première Lille	-	2	-	2
Non specificato - Germania	1			1
Totale	2	5	1	8

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

L'organizzazione della produzione

Fra le aziende intervistate, l'organizzazione della produzione è piuttosto simile. La tessitura e il controllo del prodotto finito sono le fasi realizzate all'interno delle imprese, mentre quelle sempre decentrate ad altre aziende sono la tintoria, la stampa e i finissaggi.

Anche le fasi di preparazione alla tessitura, come la roccatura e la ritorcitura, sono più frequentemente affidate all'esterno (tav. 19).

Fra le imprese intervistate, solo una si discosta dal modello organizzativo prevalente, decentrando all'esterno anche la tessitura. Si tratta di un'impresa completamente disintegrata che realizza all'interno esclusivamente l'attività di ideazione del campionario, acquisto delle materie prime, controllo e commercializzazione del prodotto finito.

Le macchine da tessitura presenti nei reparti produttivi delle imprese intervistate sono quasi esclusivamente macchine circolari; in due casi sono presenti anche macchine rettilinee e tecnologie *seamless* che, come si è detto, sono utilizzate per la produzione di capi di maglieria. Nelle otto imprese intervistate le macchine circolari complessivamente presenti sono oltre quattrocento (tav. 20).

Le aree nelle quali i produttori di tessuti a maglia decentrano alcune fasi del ciclo produttivo sono rappresentate sia dalla provincia di Modena sia da altre regioni italiane, e, in particolare, la Toscana per quanto riguarda i finissaggi (tav. 21).

Nessuna delle aziende intervistate decentra lavorazioni all'estero, ma fra i produttori di tessuti sono presenti aziende che hanno effettuato investimenti diretti in paesi dell'Europa dell'Est, delocalizzando intere linee di produzione. In alcuni casi, i prodotti realizzati nelle imprese estere sono direttamente commercializzati dalla collegata estera, per cui non vengono rilevati nei flussi di import/export italiani.

Fra i produttori di tessuti a maglia che hanno delocalizzato all'estero, vi sono anche imprese che hanno intrapreso una strategia di integrazione a valle, producendo all'estero non solo il tessuto, ma anche il capo in maglia finito.

Le produzioni di tessuti a maglia realizzate all'estero hanno registrato una significativa accelerazione nel corso degli ultimi anni, e a livello provinciale la crescita delle importazioni di tessuti a maglia è stata più accentuata rispetto a quella delle esportazioni, con una conseguente diminuzione del saldo attivo relativo a questo tipo di prodotti.

Tav. 19 – Fasi produttive realizzate dai produttori di tessuti a maglia, 2005

Valori riferiti al campione di imprese intervistate

	Solo interna	Interna ed esterna	Totalmente esterna	Totale
Multirisposta	v.a.	v.a.	v.a.	v.a.
Roccatura	-	1	2	3
Ritorcitura	-	-	3	3
Tessitura	4	3	1	8
Tintoria	-	-	8	8
Stampa	-	-	6	6
Finissaggi	-	-	8	8
Controllo	1	6	1	8
Spedizione	7	1	-	8

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi – Indagine campionaria

Tav. 20 – Numero di macchine da tessitura presenti nelle imprese di tessuti intervistate, 2005

Valori riferiti al campione di imprese intervistate

Multirisposta	N° imprese	N° macchine
Macchine circolari	8	440
Macchine rettilinee	2	8
Tecnologie seamless	1	5
Totale	8	453

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 21 – Aree di decentramento dei produttori di tessuti, 2005

Valori riferiti al campione di imprese intervistate

Multirisposta	Fino a 19	20 - 49	50 e oltre	Totale
	v.a.	v.a.	v.a.	v.a.
Provincia di Modena	2	4	1	7
Altre aree della regione	-	1	1	2
Altre regioni italiane	1	4	1	6
Estero	-	-	-	-
Totale	2	5	1	8

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

I problemi e le aree di interesse

Le imprese intervistate indicano la presenza di una concorrenza elevata derivante dai prodotti realizzati all'estero. La concorrenza proveniente da questi prodotti è basata prevalentemente sul prezzo e alcune imprese sottolineano come questa pressione competitiva le costringa ad operare a prezzi non adeguatamente remunerativi.

I produttori di tessuti che indicano maggiormente questo problema sono quelli che lavorano in misura minore per griffe e grandi marchi industriali o che sono posizionati sulla fascia media e medio-bassa del mercato.

Altri aspetti segnalati dalle imprese riguardano l'elevato costo delle materie prime e delle lavorazioni decentrate, riferite soprattutto ai finissaggi, e la difficoltà a reperire forza lavoro qualificata.

Relativamente agli interventi di interesse delle imprese emerge con forza il tema dell'etichettatura del prodotto, sia quella obbligatoria di origine extra-Ue sia quella volontaria legata alla tracciabilità.

Una parte dei produttori intervistati è interessata a iniziative di promozione sui mercati esteri, collegate anche alla promozione del distretto, ed è interessante rilevare come fra questi vi sia un interesse per iniziative di aggregazione fra imprese.

Altri ambiti di intervento riguardano iniziative di formazione rivolte ai giovani e la produzione di prodotti tessile tecnici e di prodotti biologici/ecologici. Attualmente nessuna delle imprese intervistate produce tessuti per uso tecnico e soltanto una realizza tessuti biologici/ecologici certificati.

Tav. 22 – Problemi segnalati dai produttori di tessuti, 2005
Valori riferiti al campione di imprese intervistate

Multirisposta	Fino a 19 v.a.	20 - 49 v.a.	50 e oltre v.a.	Totale v.a.
Concorrenza prodotti realizzati all'estero	1	5	-	6
Prezzi non remunerativi	2	2	-	4
Prezzi non competitivi	1	2	-	3
Elevato costo delle materie prime	-	2	1	3
Elevato costo lavorazioni decentrate	-	2	1	3
Difficoltà a reperire forza lavoro qualificata	-	3	-	3
Eccessiva esposizione finanziaria	1	1	-	2
Subfornitori scarsamente qualificati	1	-	1	2
Difficoltà ad entrare su nuovi mercati esteri	-	1	-	1
Bassa redditività	-	1	-	1
Incertezza sui comportamenti d'acquisto	-	1	-	1
Totale	2	5	1	8

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

Tav. 23 – Aree di interesse segnalate dai produttori di tessuti, 2005
Valori riferiti al campione di imprese intervistate

Multirisposta	Fino a 19 v.a.	20 - 49 v.a.	50 e oltre v.a.	Totale v.a.
Etichettatura obbligatoria di origine dei prodotti provenienti da paesi extra-UE	2	5	1	8
Etichettatura volontaria di origine e tracciabilità del prodotto	2	4	1	7
Produzione di prodotti tessili tecnici	-	3	1	4
Iniziative di promozione delle imprese sui mercati esteri	-	4	-	4
Iniziative di promozione del distretto di Carpi	1	3	-	4
Iniziative di aggregazione fra imprese	1	2	-	3
Iniziative di formazione per attrarre i giovani	-	3	-	3
Produzione di prodotti tessili biologici/ecologici	-	3	-	3
Totale	2	5	1	8

Fonte: R&I srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi