



## COMUNICATO STAMPA

### L'INDUSTRIA DELLA MODA IN PIEMONTE: EXPORT, PRODOTTI DI ECCELLENZA E INVESTIMENTI IN R&S LE PRINCIPALI LEVE DI COMPETITIVITÀ

Nel I semestre 2013 le esportazioni piemontesi del settore crescono del 2,4% rispetto  
allo stesso periodo dell'anno precedente

Sono stati presentati oggi, lunedì 18 novembre 2013, presso il Centro Congressi Torino Incontra, i risultati dell'indagine **"L'industria della moda in Piemonte tra creatività e innovazione"** realizzata per **Unioncamere Piemonte** dalla società di ricerca Step srl e dal Centro Studi CSS-EBLA. Lo studio fotografa lo stato dell'arte della moda piemontese, italiana e internazionale nel 2012, individuando i possibili asset di sviluppo del settore.

Dopo i saluti del Segretario Generale di Unioncamere Piemonte **Paolo Bertolino** e dell'Assessore al Commercio e Artigianato della Regione Piemonte **Agostino Ghiglia**, **Giuseppe Russo**, Socio fondatore di Step Ricerche Srl, e **Filippo Chiesa**, Project manager di Step Ricerche Srl, hanno illustrato i risultati dell'indagine sul sistema della moda in Piemonte. **Paola Borrione**, Direttore CSS-EBLA, e **Vittorio Falletti**, Ricercatore CSS-EBLA e membro ICOM, sono poi intervenuti su "Moda e creatività in Piemonte".

A seguire, hanno preso parte alla tavola rotonda moderata da **Filomena Greco**, giornalista de Il Sole 24 Ore: l'imprenditore **Carlo Callieri**; **Giuseppe Miroglio**, Presidente Gruppo Miroglio; **Michelangelo Pistoletto**, Direttore artistico della Fondazione Pistoletto; **Pegi Limone**, Presidente Associazione MAT – Moda d'Autore Torino. Le conclusioni saranno affidate ad **Andrea Fortolan**, Presidente della Camera di commercio di Biella.

*"L'industria della moda non può prescindere da un territorio ricco di creatività, eccellenze e cultura come il nostro. Per questo occorre che tutti gli attori pubblici e il Sistema Camerale in primis, si impegnino per venire incontro alle esigenze delle aziende del settore. Occorre soprattutto sostenere quelle imprese che si affacciano o vogliono consolidare la propria presenza sui mercati esteri, vero motore dell'attuale economia, e mettere in atto strategie di marketing territoriale in grado di costruire quell'identità collettiva e quella reputazione internazionale che ancora mancano alla nostra filiera della moda"* commenta **Ferruccio Dardanello**, Presidente di Unioncamere Piemonte.

#### IL CONTESTO NAZIONALE E REGIONALE

L'Italia è uno dei Paesi di maggior rilievo al mondo per la concezione e realizzazione di capi, tessuti, scarpe, accessori e idee legate alla moda. A livello europeo, si posiziona al primo posto precedendo Paesi come Francia, Inghilterra, Spagna e Germania.

Il **fatturato della filiera moda nazionale, nel 2012**, si attesta **fra i 60,3 e gli 83,2 miliardi di euro**, a seconda che si prendano in considerazione solo produzioni tessili, abbigliamento, pelletteria e calzature, o che si allarghi l'osservazione anche alla concia, agli occhiali, all'oreficeria e alla gioielleria. Le **110.897 imprese nazionali** (il 18,3% del manifatturiero) occupano **834.507 addetti** (pari al 16,4% del totale del settore industriale) e sono riuscite a **esportare 43 miliardi di merci e servizi**, pari a circa il 12% delle esportazioni manifatturiere nazionali.

In **Piemonte** hanno la propria sede legale **4.866 imprese** legate al **comparto moda**, per un totale di oltre **40mila addetti**. Di questi, più della metà (**26mila**) sono impiegati nel **settore tessile**.

LA SCOMPOSIZIONE DEGLI ADDETTI DEL SETTORE MODA PIEMONTESE PER PROVINCIA E SOTTOSETTORE  
DI ATTIVITÀ ANNO 2012

	<b>Tessile</b>	Distribuzione %	<b>Abbigliamento</b>	Distribuzione %	<b>Concia e calzature</b>	Distribuzione %	<b>Design</b>	Distribuzione %	<b>Totale</b>	Distribuzione %
Alessandria	179	0,7%	654	5,9%	235	10,6%	61	7,8%	<b>1.129</b>	<b>2,8%</b>
Asti	365	1,4%	394	3,5%	11	0,5%	11	1,4%	<b>781</b>	<b>1,9%</b>
Biella	15.592	59,9%	1.168	10,5%	35	1,6%	25	3,2%	<b>16.820</b>	<b>41,8%</b>
Cuneo	1.562	6,0%	1.245	11,2%	169	7,6%	37	4,7%	<b>3.013</b>	<b>7,5%</b>
Novara	1.862	7,2%	2.064	18,5%	527	23,7%	273	35,0%	<b>4.726</b>	<b>11,8%</b>
Torino	4.622	17,7%	3.421	30,6%	904	40,6%	366	46,9%	<b>9.313</b>	<b>23,2%</b>
Verbano Cusio Ossola	174	0,7%	239	2,1%	15	0,7%	6	0,8%	<b>434</b>	<b>1,1%</b>
Vercelli	1.685	6,5%	1.980	17,7%	328	14,7%	2	0,3%	<b>3.995</b>	<b>9,9%</b>
<b>Totale</b>	<b>26.041</b>	<b>100,0%</b>	<b>11.165</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.224</b>	<b>100,0%</b>	<b>781</b>	<b>100,0%</b>	<b>40.211</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Stock View, InfoCamere

All'interno della regione vi sono alcuni distretti in cui sono concentrate specificità produttive ed eccellenze storiche: su tutti emerge quello di **Biella** (che comprende anche parte del **vercellese**), specializzato nella lavorazione della lana. **Per numerosità (assoluta e relativa) degli occupati, il distretto tessile biellese si colloca al terzo posto in Italia** (dopo Prato e Busto Arsizio). Altri distretti del tessile sono presenti in provincia di Novara, a Chieri e a Cocconato d'Asti. **Torino** vanta, invece, un'alta concentrazione di imprese legate all'**abbigliamento**.

#### L'ANALISI SUL CAMPO

Per capire meglio le caratteristiche e le dinamiche di un settore così importante, nel mese di gennaio 2013 è stata condotta un'analisi campionaria presso le imprese regionali della moda specializzate nei 4 settori di indagine: tessile, articoli di abbigliamento, articoli in pelle e pelliccia, e design di moda per la manifattura.

La selezione dei **458 intervistati** ha permesso di ottenere un campione rappresentativo dei mestieri presenti nella filiera piemontese, dei territori provinciali con i loro cluster locali, delle dimensioni e delle forme giuridiche in cui sono organizzate le imprese della moda regionale.

Le dimensioni medie del campione riflettono quelle della filiera: il **66,2%** è rappresentato da **micro imprese**, il **21,6%** da **piccole imprese** (con un massimo di 50 occupati e 10 milioni di euro di fatturato), il **10,9%** da **medie imprese** (con un massimo di 250 occupati/50 milioni di euro di fatturato); ci sono poi **6 grandi imprese** (l'**1,3%**), con diverse centinaia di occupati e milioni di euro di giro d'affari.

#### LE IMPRESE DEL CAMPIONE SCOMPOSTE PER DIMENSIONI E FORMA GIURIDICA

Tipo dimensione	Micro		Piccola		Media		Grande		Totale	
	imprese	%	imprese	%	imprese	%	imprese	%	imprese	%
Ditte individuali	126	94,7%	7	5,3%	0	0,0%	0	0,0%	133	100,0%
Società di persone	110	78,6%	28	20,0%	2	1,4%	0	0,0%	140	100,0%
Società di capitale	67	36,2%	64	34,6%	48	25,9%	6	3,2%	185	100,0%
<b>Totale imprese</b>	<b>303</b>	<b>66,2%</b>	<b>99</b>	<b>21,6%</b>	<b>50</b>	<b>10,9%</b>	<b>6</b>	<b>1,3%</b>	<b>458</b>	<b>100,0%</b>

Una peculiarità della filiera piemontese è quella di essere caratterizzata da solidi legami, commerciali e non, fra le imprese: circa il 70% degli intervistati ha almeno un fornitore attivo all'interno della regione.

Le imprese del campione che nel corso del 2012 sono riuscite a **vendere i propri prodotti o servizi all'estero** sono 191, pari al **42%** del campione; **fra le società di capitale, la quota degli esportatori supera il 68% e fra le imprese medio-grandi quella del 70%**. **Su 100 euro fatturati dalla filiera piemontese, 44 provengono dall'estero**. Questa percentuale sale al **53,4%** se si prendono in considerazione solamente le imprese che esportano.

La maggior parte delle imprese del campione ha subito un calo del proprio fatturato nel 2012 rispetto al 2011; 102 imprese (circa 1 rispondente su 4) hanno stabilizzato i propri ricavi sugli stessi livelli del 2011, mentre **91 imprese hanno segnato una crescita**, che complessivamente è stata **dell'11,4%**.

Le risposte delle 91 imprese che riescono a crescere anche nel 2012 forniscono diverse indicazioni sui fattori che facilitano il successo produttivi e commerciali. La dimensione e la strutturazione delle società non sono fattori sufficienti, ma aiutano: **il 60% di queste 91 imprese è infatti una società di capitale**. I mercati maggiormente premianti sono quelli di gamma medio-alta e le piazze estere: infatti, **il 61,5% di queste 91 imprese esporta**; parallelamente, fra coloro che si rivolgono a un **mercato medio-alto**, meglio ancora se del lusso, è **cresciuta 1 azienda su 3**.

Si rivela premiante, inoltre, la maggiore **attenzione alla spesa in R&S (il 56% di questo sotto campione** conduce attività formalizzate nel campo, contro il 42,8% del totale degli intervistati) e alle innovazioni come quelle relative ai materiali.

### LE RICHIESTE ALLA POLITICA

La principale richiesta delle imprese ai decisori pubblici si concentra sulla **riduzione dei costi** (lo chiede **il 60%** degli intervistati): da quelli legati alla **tassazione**, anche sul lavoro, agli **interessi sui debiti**, ai **costi dell'energia**.

SE AVESTE LA FACOLTÀ DI SCEGLIERE LE POLITICHE PER IL SETTORE-MODA IN ITALIA, SU COSA VI CONCENTRERESTE?<sup>28</sup>

Politiche per il settore moda in Italia	Ditte individuali		Società di persone		Società di capitale		Totale	
	imprese	%	imprese	%	imprese	%	imprese	%
Costi delle imprese	73	57%	76	59%	107	63%	256	60%
Accesso al credito	36	28%	39	30%	56	33%	131	31%
Presenza commerciale sui mercati internazionali	5	4%	23	18%	50	29%	78	18%
Rete distributiva	11	9%	19	15%	31	18%	61	14%
Formazione Continua	10	8%	5	4%	17	10%	32	7%
Istruzione scolastica	10	8%	6	5%	10	6%	26	6%
Produzione anche all'estero	9	7%	4	3%	11	6%	24	6%
Altro, specificare	12	9%	11	9%	8	5%	31	7%
Non rispondenti	5	4%	11	8%	14	8%	30	7%
Rispondenti	128	96%	129	92%	171	92%	428	93%
<b>Totale intervistati</b>	<b>133</b>		<b>140</b>		<b>185</b>		<b>458</b>	

<sup>28</sup> Percentuali calcolate sul totale dei rispondenti; risposte multiple.

La riduzione degli ordini e l'allungamento dei tempi di pagamento delle fatture determinano ulteriori criticità, come la mancanza di liquidità e la difficoltà di autofinanziamento, spingendo la richiesta di un più semplice **accesso al credito**, anche per poter investire in nuovi prodotti e processi e nella rete commerciale nazionale ed estera. Altre esigenze segnalate riguardano il **supporto sui mercati internazionali** e alla **rete distributiva**, oltre che una maggiore attenzione alla **formazione**.

### L'EXPORT DEL COMPARTO MODA PIEMONTESE NEL I SEMESTRE 2013

Nel I semestre del 2013, l'export complessivo italiano ha subito un leggero rallentamento rispetto allo stesso periodo del 2012 (-0,4%). È andata meglio al Piemonte, che ha visto una crescita del 2,1%.

I prodotti della **filiera moda piemontese** hanno registrato una performance ancora migliore, con un **export del +2,4%**, sfiorando la quota di **1,6 miliardi di euro**. All'interno della filiera, il **comparto tessile** regionale è in controtendenza (-1,4%), mentre registrano performance i prodotti legati all'**abbigliamento** (+7,5%) e agli **articoli in pelle** (+7,2%).

	2012	2013	Variazione
<b>Prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori</b>	1.562.932.408	1.599.944.723	<b>2,4%</b>
Prodotti tessili	894.128.122	881.329.379	<b>-1,4%</b>
Articoli di abbigliamento	484.173.298	520.716.069	<b>7,5%</b>
Articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili	184.630.988	197.899.275	<b>7,2%</b>

Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Istat

Torino, 18 novembre 2013



Per ulteriori informazioni:

**Annalisa D'Errico, Gisella Guatieri - Ufficio stampa Unioncamere Piemonte**

Tel. 011.56.69.270/2 - email: ufficio.stampa@pie.camcom.it - **Twitter @Unioncamere\_Pie**