



L'industria della moda in Piemonte tra creatività e innovazione

Un patrimonio di saperi e imprese da valorizzare e esportare



**Filippo Chiesa
Giuseppe Russo**

Step Ricerche



L'industria della moda in Piemonte tra creatività e innovazione

La qualità e il genio della moda italiana sono riconosciuti in tutto il mondo

	2005	Miliardi di dollari	2011	Miliardi di dollari	
	Cina	74,2		Cina	153,8
	Italia	18,7		Italia	23,3
	Germania	12,4		Bangladesh	19,9
	Turchia	11,8		Germania	19,6
	India	8,7		India	14,4
	Francia	8,5		Turchia	13,9
	Messico	7,3		Vietnam	13,2
	Bangladesh	6,9		Francia	11,0
	Belgio	6,7		Spagna	9,2
	Stati Uniti	5,0		Belgio	9,1

Fonte: The Wall Street Journal



Primi 10 esportatori di capi di abbigliamento



Il settore della moda nazionale e regionale «vale»
in termini di saperi, fatturato, occupati, imprenditorialità

ITALIA

Vale fra i 60 e gli 83 mld;

Conta quasi 111mila imprese per 835mila addetti, con un peso fra il 16 ed il 18% del totale del manifatturiero;

Esporta 43 mld di prodotti e servizi (+2,6% nel 2012);

Diffuso su tutto il territorio: metà delle regioni italiane hanno più di 3.000 imprese e 10.000 addetti impiegati.

PIEMONTE

Vale 6,8 miliardi

Conta 4.866 imprese e 40mila addetti;

Esporta più di 3 miliardi;

Ha numerose **specializzazioni**: è la terza regione in Italia per il tessile (Biella, Vercelli, Novara, Chieri e Cocconato). Torino si distingue per l'abbigliamento.



L'indagine ha abbracciato tutti gli operatori e i territori piemontesi:
458 risposte ed un universo di oltre 4.000 soggetti

Questionario di 18 domande diversificato a seconda dell'interlocutore;

4 comparti: tessile, abbigliamento, pelle e design;

Utilizzati più **canali**: cati-cawi, risposte possibili via telefono, web, fax;

Campione di 458 imprese è rappresentativo per mestiere, provincia di appartenenza e forma giuridica.

Dimensioni: il 12% è un'impresa medio-grande. Il 66% è una micro-impresa.

Mestieri: il 45% fa abbigliamento, il 37% tessile. Il resto si divide fra: articoli per la casa (9%), accessori in tessuto pelle (5%), calzature (4%), concia (2%). Il 6% si occupa di design.

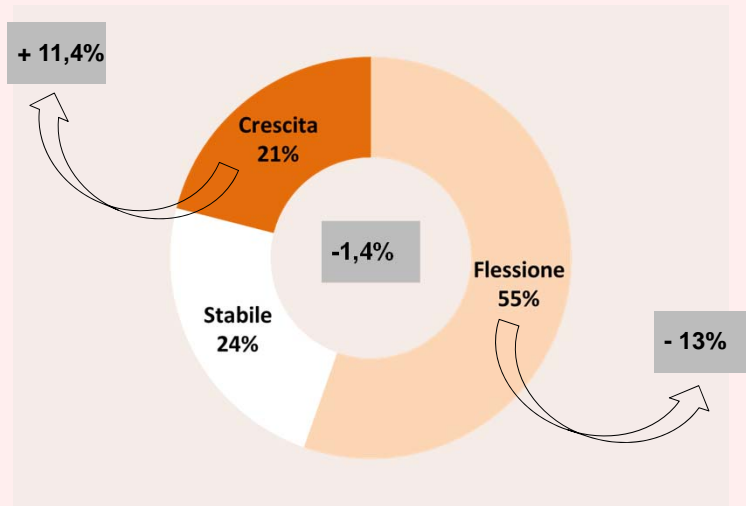
Territori: si comprendono tutte le province, da Biella la più popolata (18% del campione), fino ad arrivare al VCO, con il 4%

Forma giuridica: il 29% degli intervistati è una DI, il 31% una soc. di persone, il 40% una soc. di capitali.



L'industria della moda in Piemonte tra creatività e innovazione

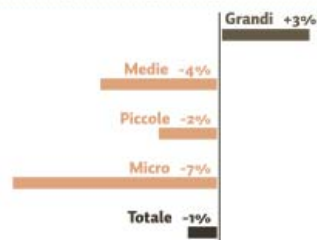
Nel 2012 il fatturato è diminuito del 1,4%,
ma la filiera presenta realtà contrapposte



L'industria della moda in Piemonte tra creatività e innovazione

I soggetti in difficoltà spesso hanno dimensioni ridotte e
scarsa strutturazione

LA VARIAZIONE DEL FATTURATO PER CATEGORIA DIMENSIONALE DELLE IMPRESE ANNO 2012 SU 2011



SCOMPOSIZIONE DEL CAMPIONE PER VARIAZIONE DEL FATTURATO 2012 RISPETTO AL 2011 E NATURA GIURIDICA¹⁴

	Negativa	%	Stabile	%	Positiva	%	Totale rispondenti	%
Ditte individuali	90	69%	33	25%	7	5%	130	100%
Società di persone	67	52%	32	25%	30	23%	129	100%
Società di capitale	83	48%	37	21%	54	31%	174	100%
Totale imprese	240	55%	102	24%	91	21%	433	100%

¹⁴In percentuale dei 433 rispondenti.



L'industria della moda in Piemonte tra creatività e innovazione

**Coloro che crescono lo fanno grazie a:
mercati esteri, che valgono il 44% dei ricavi di filiera.
Le esportazioni 2012 del campione: +5,7% (ma non per tutti)**



LA SCOMPOSIZIONE DEL CAMPIONE FRA ESPORTATORI E NON, SUDDIVISI PER CATEGORIA DIMENSIONALE

	Grande	Media	Piccola	Micro	Totale
Esportatori	5	40	71	75	191
% Esportatori	83%	80%	71%	25%	42%
Non esportatori	1	10	29	227	267
% Non Esportatori	17%	20%	29%	75%	58%
Totale	6	50	100	302	458
%	100%	100%	100%	100%	100%

IL RAPPORTO FRA ESPORTATORI (E NON) E IL MERCATO DI RIFERIMENTO

	Lusso	Alta gamma	Media	Base	Totale
Non esportatori	36,1%	49,7%	59,7%	70,9%	59,0%
Esportatori	63,9%	50,3%	40,3%	29,1%	41,0%



L'industria della moda in Piemonte tra creatività e innovazione

**I prodotti della moda piemontese raggiungono sempre più
mercati lontani di antica o nuova ricchezza**



I PAESI DOVE LE NOSTRE IMPRESE STANNO CONCENTRANDO GLI SFORZI COMMERCIALI E PRODUTTIVI



L'industria della moda in Piemonte tra creatività e innovazione

Un altro driver della crescita è il posizionamento sulla gamma alta o del lusso, grazie a qualità e innovazione

PERCENTUALE DI COLORO CHE NEL 2012 HANNO AVUTO UN INCREMENTO DEI RICAVI, PER MERCATO DI RIFERIMENTO



È orientato vs alto-lusso il 72% delle soc. di capitali e il 53% delle soc. di pers.; il 34% delle DI il 17% delle DI vs «base».



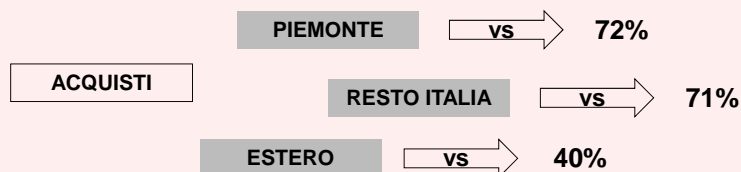
L'industria della moda in Piemonte tra creatività e innovazione

La filiera esiste e interagisce: la crescita degli uni serve agli altri. Il 72% delle intervistate ha fornitori piemontesi

LA SCOMPOSIZIONE DEL CAMPIONE PER ORIGINE DEGLI ACQUISTI*

Acquisti	Ditte individuali		Società di persone		Società di capitale		Totale	
	imprese	%	imprese	%	imprese	%	imprese	%
Solo Piemonte	39	38%	20	19%	12	8%	71	20%
Solo resto d'Italia	16	16%	14	13%	14	9%	44	12%
Solo estero	3	3%	5	5%	16	11%	24	7%
Tutta Italia	33	32%	34	32%	34	22%	101	28%
Resto Italia ed estero (non in Piemonte)	3	3%	10	9%	21	14%	34	9%
Piemonte ed estero	1	1%	2	2%	5	3%	8	2%
Ovunque (Piemonte, resto d'Italia ed estero)	7	7%	21	20%	50	33%	78	22%
Non rispondenti	28	21%	34	24%	33	18%	95	21%
Rispondenti	102	77%	106	76%	152	82%	260	79%
Totale intervistati	133		140		185		458	

*Percentuali calcolate sul totale dei rispondenti; risposte multiple.



Le imprese della moda chiedono alla politica di intervenire su: costi (competitività) e accesso al credito



SE AVESTE LA FACOLTÀ DI SCEGLIERE LE POLITICHE PER IL SETTORE-MODA IN ITALIA, SU COSA VI CONCENTRETERESTE?⁸⁸

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 ai 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%
Totale intervistati	133		140		185		458	

⁸⁸Percentuali calcolate sul totale dei rispondenti; risposte multiple.