

TENDENZE E SCENARI
GLOBALIZZAZIONE E CONCORRENZA

La Cina è troppo vicina?

di Marco Mancinelli

Per uno sguardo allargato sugli argomenti trattati in questo articolo, vi segnaliamo i seguenti Percorsi di Lettura:

PL-0107-002 (Cina e tessile-abbigliamento: Paese di minacce o Paese di opportunità?)
PL-0706-011 (Contraffazioni di prodotto)
www.largoconsumo.info/percorsi

Per specifiche case history di aziende impegnate in Asia, seleziona la tipologia "Com. d'impresa" e digita "Bernardi" (Una presenza importante in Bangladesh) e "Lotto Sport Italia" (Un caso di delocalizzazione in Cina) nel motore di ricerca di www.largoconsumo.info

Per le sue negative ricadute sul made in Italy, la crescita tumultuosa dell'economia cinese impone una crescente attenzione da parte sia del nostro tessuto aziendale sia dei nostri attori istituzionali. La concorrenza del cosiddetto "gigante asiatico" ha inferto, negli ultimi anni, duri colpi alle esportazioni di una vasta serie di prodotti italiani nel mondo: i bassi costi di manodopera, in particolare, rendono l'offerta cinese nettamente allettante per molti importatori dislocati in tutti i continenti. Eppure resta alta la qualità delle nostre produzioni nazionali, per stile, lavorazione ed immagine: nonostante ciò, i livelli di prezzo e le quantità che il "pericolo giallo" riesce a proporre mettono in serio pericolo il presidio commerciale italiano nel mondo in relazione a determinati prodotti, in particolare quelli del settore moda.

Cosa è successo, negli ultimi anni? Il rallentamento di parte del nostro prodotto

interno lordo è direttamente imputabile al minor grado di penetrazione commerciale del fashion italiano. La **Fondazione Bratsor** (citata anche in: "Obbligare la Cina alle regole" nel motore di ricerca di www.largoconsumo.info), elaborando dati ufficiali dell'Istat, indica che in soli 5 anni è andato perduto un quarto del valore aggiunto della moda italiana, con ricadute sia sulla globalità del business del sistema Italia nel mondo e sia, di conseguenza, sul versante dei livelli occupazionali nell'industria del settore. Della questione si discute non soltanto all'interno dei nostri confini nazionali, ma anche a Bruxelles, dove, negli uffici dell'Unione europea, sono allo studio due dossier estremamente significativi, uno relativo al dumping asiatico sulle calzature

in pelle e l'altro all'obbligatorietà dell'etichettatura sull'origine dei prodotti importati in Europa. Insomma, la situazione è seria e merita ulteriori momenti di approfondimento che lo stesso mondo imprenditoriale italiano ha finora chiesto a gran voce in modo reiterato.

**L'impatto
sul fashion**

Dal 2000 al 2005, l'Italia ha sofferto gravi perdite in termini di business nel settore moda a causa dell'agguerrita concorrenza asiatica, ma soprattutto cinese. All'anomala concorrenza cinese, basata marcatamente su diverse forme di dumping, va imputata la perdita diretta di circa 89.000 posti di lavoro nei settori del tessile e delle calzature, senza considerare il relativo indotto e l'erosione di circa un quarto del valore aggiunto in termini reali di questi importanti settori del made in Italy. Non ci si può limitare a prendere atto di questi dati in modo da riferire alle naturali dinamiche della globalizzazione la tendenza che evidenziano, perché si tratta di settori produttivi in cui il know-how e la capacità di penetrazione commerciale all'estero sono stati per anni fattori consolidati e, senza dubbio, un vero e proprio punto di riferimento per le esportazioni italiane. Nel nostro Paese, l'industria della moda rappresenta un pilastro della manifattura: infatti, nel 2005, l'Istat ne ha registrato 23,4 miliardi di valore aggiunto a prezzi correnti e 792.000 occupati.

Per fare un confronto mirato, utile a comprendere

ancora più in profondità l'importanza dell'industria della moda in Italia, è sufficiente ricordare che il valore aggiunto del tessile e dell'abbigliamento, delle pelli e delle calzature è 3,8 volte quello dell'industria automobilistica e 1,5 volte quello dell'industria chimico farmaceutica. Dunque, una diminuzione consistente del volume d'affari relativo al settore fashion non può che comportare per il sistema Italia un fattore di valore negativo, di rilevante portata per i suoi effetti, diretti e indiretti, sull'economia nazionale. Insomma, tutto ciò che sta accadendo al volume d'affari della moda italiana non può essere di certo liquidato, in modo sbrigativo, come una delle conseguenze ineluttabili del processo di globalizzazione. Sotto il netto incalzare del dumping asiatici verificatosi negli ultimi 5 anni, la contrazione del business italiano nel settore moda si è attestata anche a quota 24,6% in termini reali: è sempre più urgente studiare e implementare una nuova strategia di sostegno al settore, in modo da supportare concretamente i nostri prodotti fashion nel mondo.

Se si considera che i comparti italiani del settore moda generano, a loro volta, con la propria attività un indotto vasto, come acquirenti sia di altre tipologie di manufatti che di servizi di produzione interna, è alquanto evidente che la concorrenza sproporzionata proveniente dall'area asiatica è un problema che non tocca da vicino solo gli importanti calzaturieri delle Marche o i noti lanifici di Biella, ma l'intero sistema Italia.

**GLI ACQUISTI
DI PRODUZIONE INTERNA
DEL TESSILE-ABBIGLIAMENTO
E DELLE PELLI-CALZATURE**

Acquisti dall'agricoltura, silvicoltura e pesca	0,5
Acquisti dall'industria	11,4
di cui da: industrie alimentari (macellazione)	1,8
• chimica e fibre chimiche	2,0
• articoli in gomma e plastica	2,0
• prodotti in metallo	1,0
• energia elettrica	2,1
Acquisti dai servizi	16,7
di cui da: attività professionali	4,4
• intermediazione finanziaria	1,6
• trasporti	2,3
Totale	28,6
in Italia; in miliardi di euro ai prezzi base	
Fonte: elaborazione Largo Consumo su dati Istat, vecchie tavole input-output	