

# Il nuovo miracolo del tessile è targato Nordest

Ecco come Benetton, **Marzotto** e Stefanel stanno combattendo l'offensiva cinese

## Esportazioni comparate della Spagna e di alcune regioni italiane: (gennaio/settembre 2006)

Settori	Export della Spagna	Regione italiana	Export della regione italiana di raffronto
Macchine e apparecchi meccanici	9.512	Emilia Romagna	9.743
Prodotti tessili	2.238	Lombardia	3.804
Calzature	1.431	Marche	1.411
Pelletteria	227	Toscana	775
Mobili	1.066	Veneto	1.364
Abbigliamento	2.868	Emilia Romagna+Toscana	2.958
Cuoio	328	Veneto	1.225
Chimica-Farmaceutica	14.800	Lombardia+Veneto+Lazio	14.121
Prodotti di minerali non metalliferi	3.446	Emilia Romagna+Toscana	3.524

(valori in milioni di euro)

## L'andamento del Tessile-Abbigliamento

(dati in milioni di euro)

	2001	2005	var.% '05/01	2006	Var.% '05/06
• Fatturato	61.194	51.923	-15,1	52.860	+1,8
• Valore della produzione	53.227	43.703	-17,9	44.419	+1,6
• Esportazioni	28.952	26.572	-8,2	27.547	+3,7
• Importazioni	14.150	15.588	+10,0	17.306	+11,2
• Saldo commerciale	14.802	11.004	-25,6	10.241	-6,8
• Aziende (numero)	73.344	61.624	-16,0	60.665	-1,6
• Addetti (numero)	609.629	524.930	-13,9	520.947	-0,8

Fonte: SMI.ATI

di Alessandra Carini

**VENEZIA.** Di tutti i miracoli, economici e non, di cui l'Italia è stata capace nella sua storia, questo davvero è uno dei più inattesi e, se si può dire, «miracolosi». Da almeno trenta anni, infatti economisti e operatori scommettono che il settore tessile sparirà dal novero di quelli presenti nei paesi industriali avanzati. E da trenta anni l'industria italiana del tessile-abbigliamento si inventa qualche formula per scongiurare questa sciagurata profezia. Cinque anni fa il gioco sembrava davvero finito. Da quando la Cina, buon ultima, è entrata

in forze sui mercati, neanche un matto avrebbe scommesso una lira bucata che ci sarebbe stata una possibilità di sopravvivenza. Eppure dopo una crisi durissima, la ripresa è arrivata: tessile-abbigliamento, le aziende che lo rappresentano da sole e come parte di quel «sistema moda» che è uno dei perni del Made in Italy, vedono la fine del tunnel e l'apertura di una nuova stagione di ripresa. Si vendono più tessuti (l'export 2006 è salito dell'1,4% dopo anni di fermo), torna ad aumentare il fatturato, dopo anni di discesa.

E poi comincia ad affacciarsi la Cina, questa volta non come solo produttore ma anche come consumatore: da sola, l'anno scorso è diventato il terzo maggior mercato di sbocco per la produzione italiana di tessuti, superando Germania e Francia e superando piazze tradizionali come Romania, Spagna e Tunisia. E' davvero un miracolo tutto italiano. Gli industriali di casa nostra sono stati gli unici a mantenere le quote in un mercato mondiale sempre

più invaso da prodotti cinesi.

«Il settore moda - dice **Marco Loris**, presidente della Fondazione **Montedison** che da anni studia i distretti e il Made in Italy - con il suo surplus di 27 miliardi di euro è ancora una delle colonne portanti della nostra bilancia commerciale e copre un terzo di quei 100 miliardi di euro di attivo globale del Made in Italy, senza il quale il nostro paese sarebbe destinata a sparire dal novero delle nazioni industrializzate».

La crisi, ovviamente, e la riconversione che c'è stata in questi anni, hanno lasciato tracce dolorose, ferite che sanguinano ancora. La delocalizzazione ha spostato altrove migliaia di posti di lavoro: tra il 2001 e il 2004 nell'intero Made in Italy si sono persi 250 mila occupati. Piangono nel tessile nordestino, Schio, Thiene, e poi Treviso, Montebelluna nelle calzature sportive. «Dieci miliardi di euro di attivo dell'intero settore tessile abbigliamen-



to si sono persi per strada», dice Fortis.

Ma la ripresa ha preso piede, il contesto complessivo è cambiato. «Si è assorbito quello shock terribile generato dalla caduta delle barriere competitive che ha sparso schegge in ogni dove - dice Sergio Tamburini, direttore generale della Marzotto. «Le aziende si sono ristrutturare e in più c'è stato tra 2005 e 2006 un andamento più favorevole del tasso di cambio euro-dollaro». Certo c'è stata la riduzione pesante degli organici e della produzione (da 26 milioni di metri di tessuto si è passati alla Marzotto a produrre 15, perdendo 1000 addetti solo in Italia), ma le ricette di ristrutturazione hanno funzionato rafforzando l'azienda in quelle fasce che per livello della qualità, frazionamento del prodotto in nicchie specializzate, o semplicemente rapporto qualità-prezzo, la concorrenza possiede armi più spuntate.

Quel gatto a nove vite che è l'industria italiana sembra essere riuscita ad assorbire nel complesso il colpo. Come si riesce ad essere competitivi con magliette e pantaloni? Se si vuole una risposta si può provare ad entrare nella fabbrica di maglieria della Stefanel a

Salgareda. Lo sguardo si perde dentro l'azienda alla ricerca di qualche operaio. Ma in realtà le protagoniste assolute sono qualche decina di macchine giapponesi. In cima ad ognuna di esse ci sono i rocchetti dei filati. Sotto di esse escono come per miracolo già bell'e fatti e pronti per essere indossati, maglie, maglioni, pantaloncini di tutte le fogge. Non ci sono cuciture da fare, poco da fingere.

«Sono macchine comprate sette otto anni fa, nel mezzo della crisi - spiega Gianni Pavan, direttore della produzione della Stefanel - proprio per rispondere in termini di taglio di costi e di qualità e velocità dei processi produttivi, alla sfida di un mercato sempre più difficile».

Per la Stefanel la maglieria è il cuore della produzione e il punto centrale della sfida di posizionare l'azienda verso l'alto nel settore della moda e di toglierla da quel segmento dei prodotti più di massa occupato da paesi a basso costo come la Cina. Le macchine consentono disegni sofisticati, rapidità di produzione tale da potere mandare nei negozi in pochi giorni i capi necessari a costi competitivi anche con la Cina.

Non tutto, ovviamente, viene fatto qui. Altre lavorazioni, che richiedono finiture a mano, sono dislocate fuori. Ma qui viene pensato, progettato, controllato e smistato nel cen-

tro della logistica che è a pochi chilometri. Le macchine giapponesi non sono sole. Sullo sfondo della fabbrica ci sono ancora vecchi telai meccanici che producono pezzi di maglia che va cucita e, sedute ad un anacronistico bancone, alcune donne munite di uncinetto che aggiustano i capi fallati. Fanno anche loro parte del presente: «Se non continuassimo a produrre e a vedere manualmente come intervenire perderemmo una cultura che è ancora oggi indispensabile a tutto il processo produttivo», dice Pavan. «E' per questo che molti che hanno dislocato fuori tutte le produzioni oggi si sono pentiti e sono tornati indietro».

Ma le cose sono cambiate radicalmente anche per chi, come la Benetton, che lavora su altri volumi e con altre caratteristiche, ha vissuto massicciamente il processo di dislocazione produttiva e logistica, tanto da tenere oggi in Italia solo il 10% della produzione. Il momento di svolta è stato proprio tra il 2005 e il 2006 (vedi box), frutto di un lavoro portato a termine negli anni della crisi. La logistica è stata rivoluzionata, i processi produttivi resi più spediti e più agili, le collezioni segmentate per potere produrre in brevissimo tempo e arrivare al mercato anche nel giro di due o tre settimane. Gli stabilimenti di Castrette stanno per essere ampliati con due nuove «ali» produttive. Un network sempre più sofisticato decide dove produrre e che cosa: a fianco del modo più tradizionale, fatto in sequenza, dal disegno al prodotto in successione, c'è un sistema integrato che può sfornare prodotti le cui lavorazioni sono fatte in contemporanea. Dalle linee di produzione non escono più solo maglioni e capi tradizionali e basilari, per lo più fatti fuori, ma scatole bell'e pronte per i negozi con il look già confezionato pronto per la vetrina, dalla borsa fino alla maglietta. Servizio ai negozi, logistica impeccabile, pronta risposta al mercato: è la risposta italiana alla sfida di Zara e H&M che finora sembra funzionare.



Giuseppe Stefanel



Alessandro Benetton