

---

# Il commercio mondiale di Tessile Abbigliamento: uno scenario al 2020

---



Assemblea ACIMIT 2014

# Perimetro, Obiettivi e Strumenti dello studio

**Perimetro** Prodotti tessili della filiera Sistema Persona

**Obiettivi**

- 1) Evidenziare le caratteristiche specifiche dell'arena competitiva internazionale nelle diverse aree di business di tessile abbigliamento
- 2) Disegnare uno scenario al 2020 delle traiettorie evolutive in atto, per ragionare, già da oggi, su quali potrebbero essere - *date le traiettorie di sviluppo attualmente prevalenti* - le minacce e le opportunità che si proporranno alle imprese ACIMIT

**Strumenti** 1) Sistema Informativo Ulisse:

- Dettaglio merceologico (ca. 200 prodotti tessili)
- Ampiezza temporale (dal 1995) e geografica (152 paesi)
- Fasce di Qualità/Prezzo

2) Segmentazione prodotti in gruppi omogenei

3) Modello di Previsione Integrato StudiaBo:

- Modello di Domanda
- Modello di Competitività

# Segmentazione dei prodotti di tessile abbigliamento in gruppi omogenei

Prodotti COMMODITY : competizione essenzialmente di tipo *price*,  
con spazi di differenziazione qualitativa molto contenuti

- Filati
- Tessuti a maglia
- Tessuti a trama

Prodotti FASHION BASED : spazi di differenziazione qualitativa più ampi,  
ma barriere all'ingresso relativamente contenute

- Biancheria intima
- Calzetteria
- Abbigliamento esterno

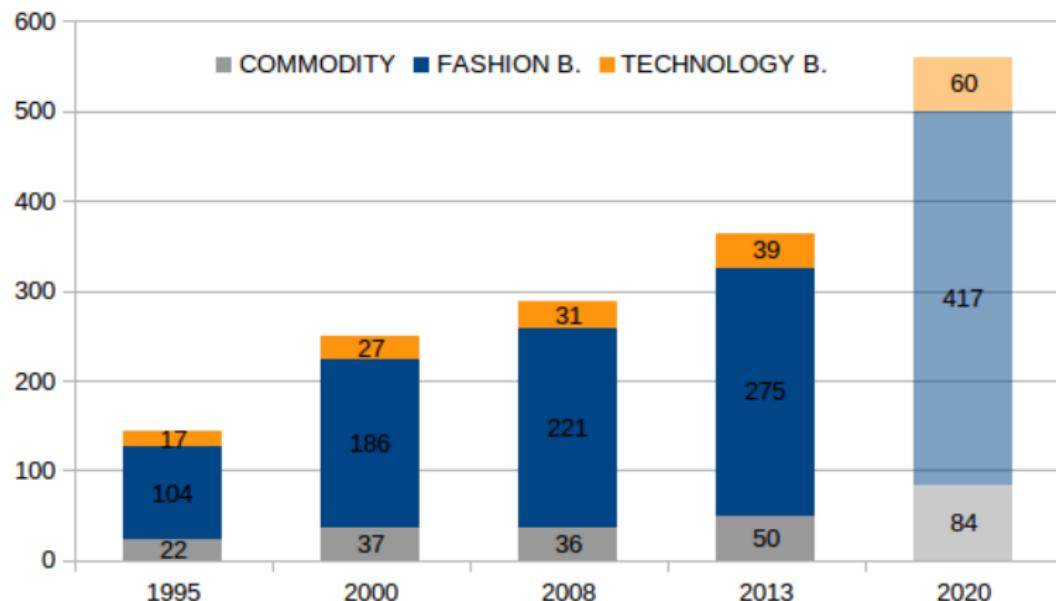
Prodotti TECHNOLOGY BASED : spazi di differenziazione qualitativa  
e barriere all'ingresso particolarmente elevate

- Tessuti per uso tecnico
- Abbigliamento sportivo
- Underwear tecnico

## Dinamiche particolarmente accelerate:

nel periodo 1995-2013 giro d'affari cresciuto di 1 volta e mezza (+5.3% medio annuo in €);  
nel periodo 2013-2020 crescita complessiva attesa superiore al 50% (+6.3% medio annuo in €)

### Evoluzione del Commercio Mondiale di Tessile Abbigliamento (miliardi di euro)

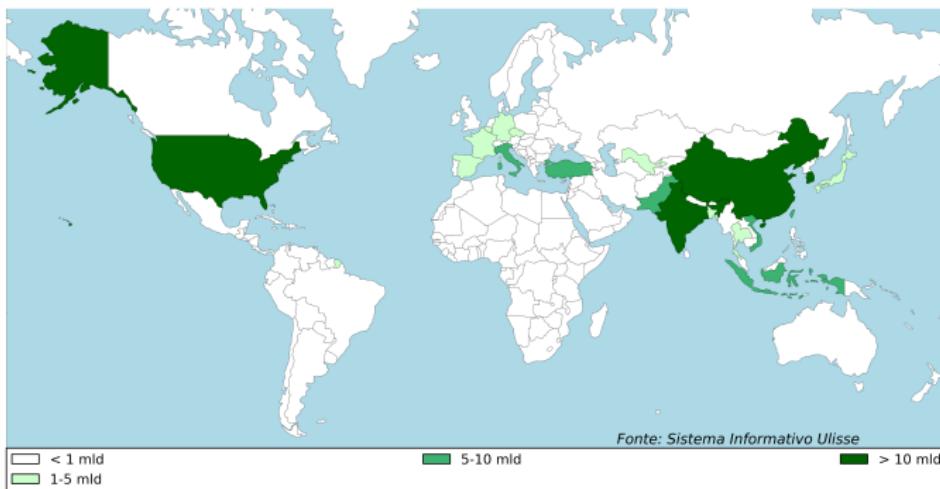


## Prodotti COMMODITY: evoluzione dei paesi esportatori mondiali nel periodo 2000-2020

- Ad inizio secolo appena 10 paesi esprimevano un valore esportato di prodotti Commodity superiore ad 1 miliardo €. Nel 2000 Italia, Germania e Francia in Europa, Cina + Hong Kong, Sud Corea, Taiwan, India e Pakistan in Asia, e non da ultimo, gli Stati Uniti erano i principali esportatori mondiali di prodotti **COMMODITY** (filati, tessuti a maglia, tessuti a trama).
- Gli anni Duemila hanno registrato il rafforzamento della Cina, ma anche di India, Sud Corea e Turchia. Nel periodo 2000-2013 Cina, India, Sud Corea, Turchia, Stati Uniti, Indonesia, Vietnam, Pakistan e Hong Kong sono risultati i paesi esportatori con i maggiori incrementi delle esportazioni di prodotti **COMMODITY**.
- Nel periodo 2013-2020 Cina, India, Sud Corea e Stati Uniti i competitori con i maggiori incrementi attesi nelle esportazioni. Nello scenario di previsione Cina, India, Sud Corea, Stati Uniti, Turchia, Vietnam, Indonesia, Hong Kong, Taiwan, Pakistan e Italia sono, nell'ordine, i paesi attesi evidenziare i maggiori incrementi delle esportazioni di prodotti **COMMODITY**.
- L'Italia è attesa rimanere, dopo gli USA, il principale paese di più antica industrializzazione tra i competitors al 2020. Nei prodotti **COMMODITY** il ruolo al 2020 dei paesi di più antica industrializzazione tenderà a risultare abbastanza marginale, a parte le rilevanti eccezioni di USA e, in misura minore, Italia.

# Prodotti COMMODITY: lo scenario dei paesi esportatori mondiali al 2020

Distribuzione Esportazioni nel 2020 (euro)



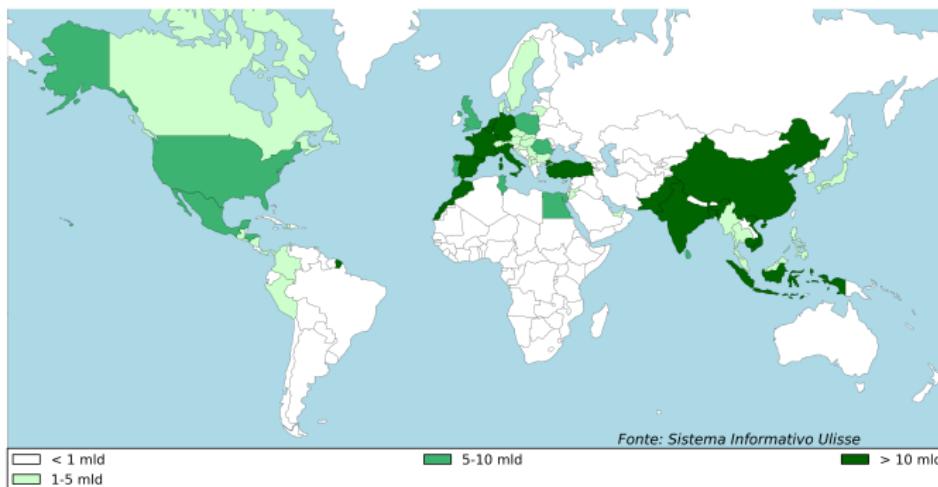
- Nel 2020 Cina, India, Sud Corea e Stati Uniti i paesi mondiali attesi superare i 10 miliardi di € di esportazioni di prodotti tessili di tipo COMMODITY.

## Prodotti FASHION BASED: evoluzione dei paesi esportatori mondiali nel periodo 2000-2020

- **Ad inizio secolo 7 paesi superavano già i 5 miliardi € di esportazioni di prodotti Fashion Based (e altri 29 paesi 1 miliardo).** Nel 2000 Italia e Turchia in Europa, Cina+Hong Kong e India in Asia, Stati Uniti e Messico in Nord America risultavano i principali esportatori mondiali di prodotti **FASHION BASED** (biancheria intima, calzetteria, abbigliamento esterno).
- **Gli anni Duemila hanno registrato il rafforzamento della Cina, ma anche di Bangladesh, Vietnam e Turchia.** Nel periodo 2000-2013 Cina, Bangladesh, Vietnam, Turchia, Italia, India, Germania, Spagna, Cambogia, Indonesia sono risultati i paesi esportatori con i maggiori incrementi delle esportazioni di prodotti **FASHION BASED**.
- **L'Italia è al primo posto sui segmenti di Qualità, con oltre il 20% delle quote di commercio mondiale.** L'Italia, con oltre 12 miliardi di euro di esportazioni di Qualità nel 2013, è il paese vincente sui segmenti premium-price di prodotti **FASHION BASED**. Germania, Francia, Hong Kong, Turchia, Spagna, ma anche Cina e Vietnam, superano il miliardo di euro nelle esportazioni di Qualità.
- **Nel periodo 2013-2020 Cina, Vietnam e Bangladesh i competitori con i maggiori incrementi attesi nelle esportazioni.** In previsione Cina, Vietnam, Bangladesh, Turchia, Spagna, Cambogia, India, Pakistan, Italia sono i paesi attesi evidenziare i maggiori incrementi delle esportazioni di prodotti **FASHION BASED**.

# Prodotti FASHION BASED: lo scenario dei paesi esportatori mondiali al 2020

Distribuzione Esportazioni nel 2020 (euro)



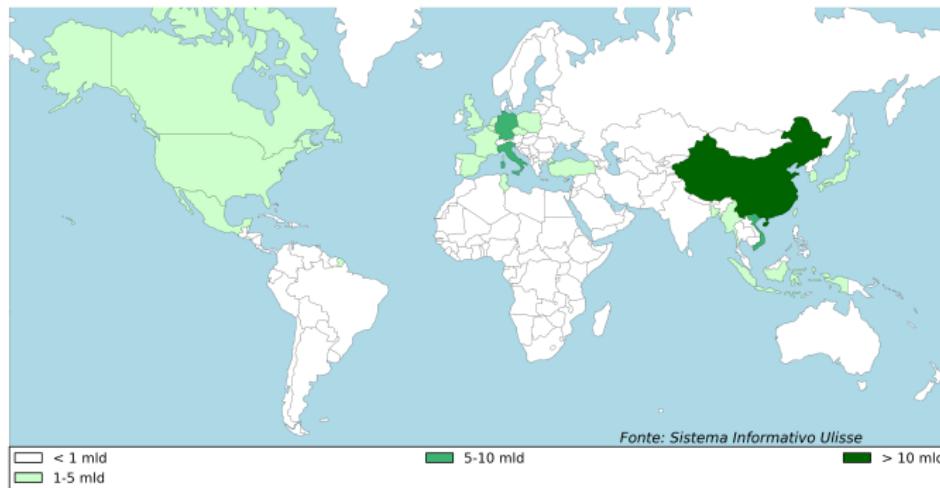
- Al 2020 si prevede che quasi 60 paesi al mondo arriveranno ad esportare almeno 1 miliardo € di prodotti **FASHION BASED**.
- In particolare, nel 2020 **Cina, Bangladesh, Vietnam, Turchia, Italia, India, Spagna, Cambogia e Germania** sono attesi superare i 20 miliardi di euro.

## Prodotti TECHNOLOGY BASED: evoluzione dei paesi esportatori mondiali nel periodo 2000-2020

- Ad inizio secolo solamente 7 paesi superavano il miliardo € di esportazioni di prodotti TECHNOLOGY BASED. Nel 2000 Germania e Italia in Europa, Cina+Hong Kong, Sud Corea e Taiwan in Asia, Stati Uniti in Nord America risultavano i principali esportatori mondiali di tessile tecnico, abbigliamento sportivo e underwear tecnico.
- Gli anni Duemila hanno registrato il rafforzamento della Cina, ma anche di Vietnam, Germania, Italia e USA. Nel periodo 2000-2013 Cina, Vietnam, Germania, Italia, Stati Uniti, Francia, Spagna sono risultati i paesi esportatori con i maggiori incrementi delle esportazioni di prodotti TECHNOLOGY BASED.
- L'Italia, insieme alla Germania, è al primo posto sui segmenti di Qualità, con circa il 14% delle quote di commercio mondiale. L'Italia, con circa 2.5 miliardi di euro di esportazioni di Qualità nel 2013, è - insieme alla Germania - il paese leader sui segmenti premium-price di prodotti TECHNOLOGY BASED. Stati Uniti, Francia e Giappone sono altri paesi esportatori che superano il miliardo di euro nelle esportazioni di Qualità.
- Nel periodo 2013-2020 Cina, Vietnam, Germania, Italia e USA sono attesi evidenziare maggiori incrementi dell'export. In previsione Cina, Vietnam, Germania, Italia, Stati Uniti, ma anche Bangladesh, Birmania e Taiwan sono attesi evidenziare incrementi delle esportazioni di prodotti TECHNOLOGY BASED superiori ad 1 miliardo di euro.

# Prodotti TECHNOLOGY BASED: lo scenario dei paesi esportatori mondiali al 2020

Distribuzione Esportazioni nel 2020 (euro)



- Al 2020 si prevede che 4 paesi arriveranno ad esportare almeno 5 miliardi € (e altri 19 paesi almeno 1 miliardo di €) di prodotti **TECHNOLOGY BASED**.
- In particolare **Cina, Vietnam, Germania, Italia** sono attesi superare i 5 miliardi di euro.

# Conclusioni

- **L'unicità del modello cinese:** la CINA è l'unico paese competitore mondiale che riesce ad associare, in misura significativa, volumi e crescente qualità. Lo scenario previsivo al 2020 indica la conferma della leadership cinese nel commercio mondiale di tessile abbigliamento e un suo rafforzamento anche nei prodotti a maggiore contenuto tecnologico.
- **Conferma della predominanza di vantaggi competitivi (tipicamente di breve periodo) basati su convenienze di costo.** La rilevanza dei fattori *price* nella competizione internazionale di tessile abbigliamento continuerà ad essere predominante. In particolare, oltre alle conferme di INDIA, BANGLADESH e TURCHIA, sono attesi ulteriori progressi di VIETNAM e CAMBOGIA. Più in generale, sui segmenti low-price si prevede la possibilità di un elevato turn-over a livello di competitors, con l'emergere di nuovi paesi competitori a basso costo, in un contesto competitivo molto selettivo (ed instabile) che tenderà a premiare, come già oggi accade, convenienze di costo di breve periodo.
- **Ma, sui segmenti a maggiore valore aggiunto, spazio per paesi di antica industrializzazione.** In particolare, ITALIA, GERMANIA e SPAGNA, in Europa, e STATI UNITI rimarranno importanti paesi esportatori.
- **Soprattutto, ITALIA leader sui segmenti premium-price** sia nei prodotti a maggiore contenuto moda che, insieme alla Germania, su quelli a maggiore contenuto tecnologico.