



ACIMIT OSSERVATORIO

## Osservatorio sulla dinamica economico-finanziaria delle imprese meccanotessili

*Il commercio mondiale di tessile-abbigliamento:  
uno scenario al 2020*

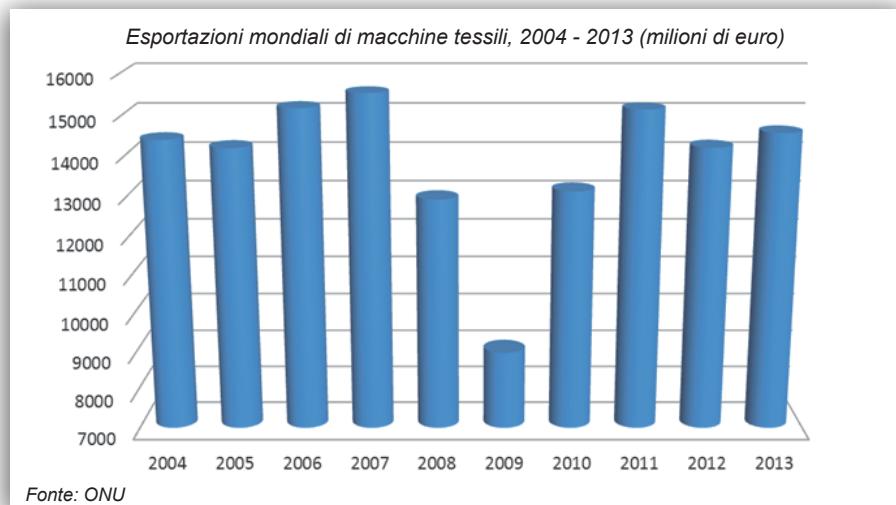
### Executive Summary

12<sup>a</sup> edizione



**Nella filiera tessile-abbigliamento prodotti e mercati si affacciano con estrema rapidità sullo scenario mondiale; le imprese meccanotessili sono chiamate a reagire con altrettanta velocità. L'Osservatorio 2014 è dedicato a monitorare gli scambi internazionali del settore, illustra l'evoluzione delle diverse aree di business del tessile-abbigliamento a livello mondiale e disegna uno scenario al 2020 delle traiettorie evolutive.**

L'industria mondiale delle macchine tessili nel 2013 ha registrato una lieve ripresa del commercio internazionale. Il quadro economico complessivo nel corso dell'anno passato ha fornito segnali confortanti; anche gli investimenti sono ripartiti, seppure in modo non uniforme e a ritmo lento. **Il valore del commercio internazionale di macchine tessili ha raggiunto i 14,6 miliardi di euro**, con un incremento del 2,5% a prezzi correnti rispetto al 2012.



La **Germania resta il principale esportatore del settore**. La sua quota sul commercio internazionale è pari al 22% del totale esportato. La **Cina conferma nel 2013 la sua potenza esportativa**, affermandosi tra i principali esportatori di macchine tessili, al terzo posto dietro al Giappone e davanti all'Italia.

Anche dal lato della domanda la **Cina continua ad avere un ruolo preponderante**, assorbendo il 21% delle importazioni mondiali e distanziando di gran lunga gli altri importanti mercati del meccanotessile mondiale (**Turchia, India e Stati Uniti**). Nonostante la flessione dell'import cinese si protragga da due anni (nel 2013 il calo è stato del 3%), il valore delle macchine importate in Cina si mantiene su valori superiori ai 3 miliardi di euro (per la precisione 3,2 miliardi di euro).

In questo panorama internazionale di crescita moderata l'industria meccanotessile italiana ha chiuso il 2013 con una lieve flessione della propria attività produttiva. Rispetto al 2012 **la produzione è diminuita del 4% e si è attestata a 1.916 milioni di euro**.

#### I principali Paesi esportatori di macchine tessili - 2013

	milioni di euro	var. % 2013/12	quota % di mercato
Germania	3205	-3	22
Giappone	1923	6	13
Cina	1921	9	13
Italia	1598	-3	11

Fonte: ONU

Sul risultato finale pesa prevalentemente un mercato interno poco ricettivo nei confronti dell'offerta tecnologica italiana e la flessione della domanda di macchinario in Cina e India.

E' infatti il trend negativo dell'export diretto verso Cina e India a influenzare negativamente il totale esportato dalle aziende italiane. La maggior parte degli altri mercati, invece, ha registrato una sostanziale stabilità o una crescita rispetto all'anno precedente. Il beneficio derivante dalla ripresa della congiuntura internazionale è stato controbilanciato dall'effetto prodotto dall'apprezzamento dell'euro nei confronti di alcune valute locali; apprezzamento che ha arrestato la dinamica positiva della domanda di importanti mercati.

#### L'industria meccanotessile italiana (milioni euro)

	2012	2013	var. 2013/12
Produzione (a)	1986	1916	-4%
Esportazioni (b)	1687	1638	-3%
Consegne interne (a-b)	299	278	-7%
Importazioni (c)	399	441	10%
Domanda interna (a-b+c)	698	719	3%

Fonte: ISTAT

Le **preoccupazioni maggiori riguardano, però, il mercato interno**, dove la domanda sembra concentrarsi prevalentemente sull'offerta straniera. Infatti, a fronte di un incremento dell'import del 10%, nel 2013 le vendite delle aziende italiane sono diminuite del 7%. La risultante è una crescita della domanda pari al 3%.

Il baricentro del settore, sia dal lato della domanda che da quello dell'offerta, appare dunque sempre più essere costituito dalla Cina. Il Paese inizia a rappresentare una minaccia crescente per i costruttori occidentali poiché l'offerta locale si sviluppa anche a livello qualitativo e attraverso iniziative non riconducibili esclusivamente alla produzione in loco di gruppi meccanotessili occidentali. Il Paese, poi, continua a costituire un mercato le cui oscillazioni condizionano significativamente il business delle molte imprese meccanotessili fortemente esposte in termini di vendita nei confronti della Cina.

Nello sforzo di comprendere come a medio termine il contesto della domanda di macchine tessili possa svilupparsi, il Focus di questa edizione dell'Osservatorio si focalizza sui settori a valle con il fine di capire come stanno evolvendo le diverse aree di business di tessile-abbigliamento a livello mondiale. In particolare, evidenzia quali Paesi stanno sperimentando un rafforzamento della propria competitività, chi sta competendo prevalentemente su fattori di costo e chi, invece, su strategie di differenziazione qualitativa. Non da ultimo, individua i Paesi che stanno perseguitando strategie di riposizionamento qualitativo dei propri prodotti.

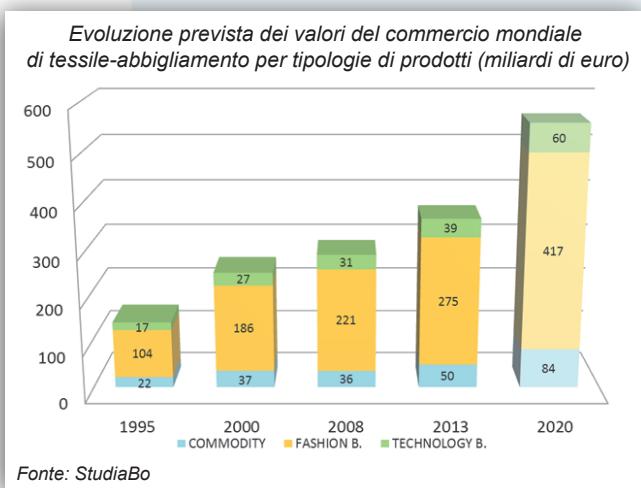
A tal fine, è stato sviluppato un modello di analisi che prevede l'aggregazione dei prodotti di tessile-abbigliamento destinati alla persona in gruppi omogenei: **Commodity** (filati, tessuti a maglia, tessuti a trama), prodotti Moda, denominati **Fashion Based** (abbigliamento esterno, biancheria intima, calzetteria), prodotti tecnologici o **Technology Based** (tessile tecnico, abbigliamento sportivo e underwear tecnico).

Una seconda finalità del Focus è quella di disegnare uno scenario al 2020 delle traiettorie evolutive in atto. **Lo scenario previsivo conferma l'ascesa dei Low Cost Countries (LCCs)**, quelli con costo del lavoro inferiore a 5 dollari/ora, quali concorrenti internazionali nel settore tessile-abbigliamento. L'intensità con cui cresceranno i Paesi *low cost* risulta però differente a livello di singole aree di business, a seconda della rilevanza della competizione *price* rispetto a quella *non-price*. Nei prodotti di tipo Commodity, dove tendono ad essere predominanti i fattori di costo, la rilevanza competitiva dei Paesi LCCs risulta ormai egemone; nei prodotti a maggiore rilevanza di fattori competitivi *non-price*, basati su elementi di differenziazione qualitativa, l'ascesa di Paesi concorrenti a basso costo risulta più contenuta.

**All'opposto il 60% della domanda mondiale di prodotti di tessile-abbigliamento di qualità viene ancora soddisfatta da Paesi a più antica industrializzazione ad alto costo del lavoro** (superiore a 25 dollari/ora). Soprattutto nei segmenti Technology Based, il peso dei Paesi ad alto costo risulta ancora particolarmente significativo, sia nei segmenti Premium (quelli di fascia alta) che in termini di volumi complessivi.

**La Cina è l'unico Paese concorrente mondiale che riesce ad associare, in misura significativa, volumi e qualità.** Questa caratteristica distintiva ne fa il paradigma competitivo di gran lunga vincente nel commercio internazionale delle diverse aree di business di tessile-abbigliamento e destinato a mantenersi tale anche nello scenario dei prossimi anni.

Ma sui segmenti Premium c'è spazio anche per altri Paesi concorrenti: **l'Italia è attualmente al primo posto nei prodotti Fashion Based**, con oltre il 20% del commercio mondiale di abbigliamento esterno, biancheria, calzetteria di qualità. Il nostro Paese è anche leader insieme alla Germania nei prodotti Technology Based, con quote comprese tra il 10 e il 15% dei segmenti Premium di tessile tecnico, tessuti non tessuti, abbigliamento sportivo, underwear tecnico.

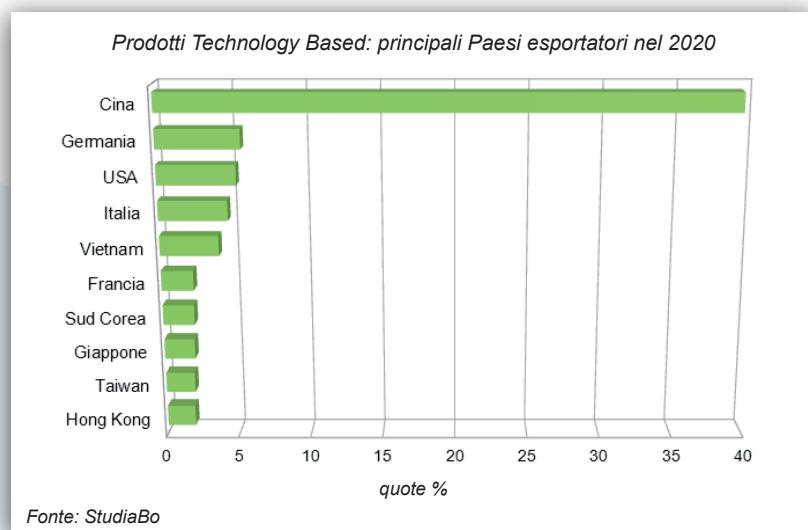
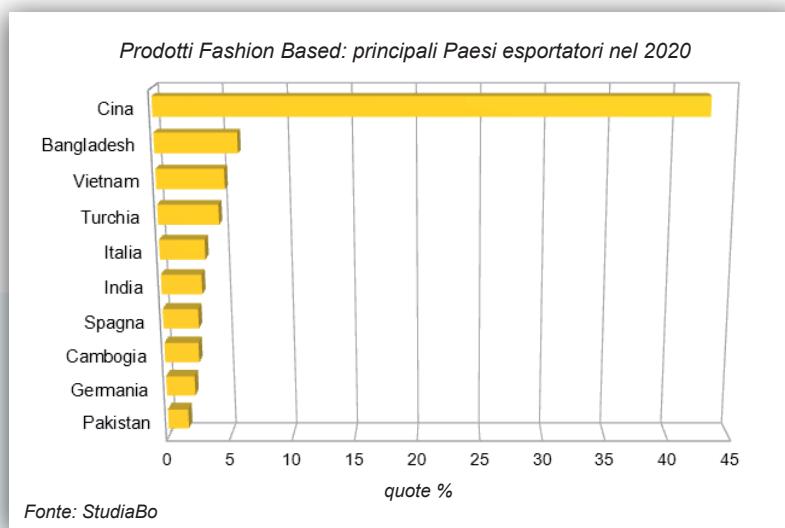
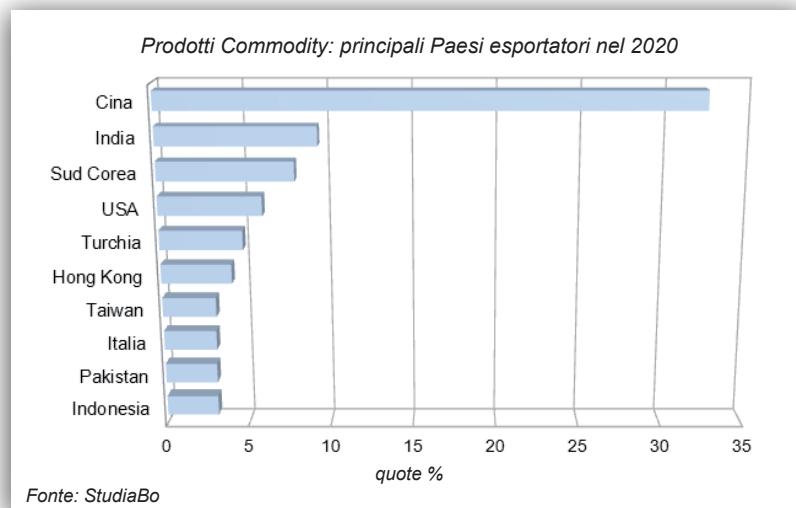


**Lo scenario previsivo al 2020 conferma la leadership assoluta della Cina nel commercio mondiale del settore** e un suo rafforzamento anche nei prodotti Technology Based. La rilevanza dei fattori *price* nella competizione internazionale continuerà ad essere predominante. Si attende, pertanto, un rafforzamento delle quote di commercio mondiale complessivamente detenute dai LCCs. In particolare, sono attesi progressi da parte di **Vietnam e Cambogia** (soprattutto nei prodotti Fashion Based), a fronte di ridimensionamenti per altri Paesi (**Indonesia, Sri Lanka, Thailandia**). 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 concorrenti 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.

Per le imprese italiane e degli altri Paesi ad alto costo del lavoro, **la sfida sarà necessariamente giocata sulla capacità di orientare i propri modelli di business nel cogliere al meglio i macro-trend in atto nel mercato**. Lead-time, produzioni di qualità inserite in filiere integrate, competenze di prodotto, ma soprattutto di mercato e organizzative, appaiono i principali fattori critici di successo, che tenderanno a premiare i modelli organizzativi più innovativi, orientati alla costruzione di reti lunghe di competenze, alla comprensione dei bisogni e dei cambiamenti in atto nei gusti del consumatore finale, alla capacità di servire velocemente i mercati di sbocco.

In un commercio mondiale di tessile-abbigliamento già caratterizzato da una forte polarizzazione tra operatori che competono su fattori *price*, da una parte, e operatori che competono su fattori *non-price*, dall'altra, **i fornitori di tecnologia sono chiamati a definire un modello di servizio coerente con l'orientamento strategico degli end-user e con le caratteristiche di differenziabilità delle aree di business servite**.

Per i costruttori italiani di macchine tessili tenderanno a crescere di importanza le competenze “trasversali” e di mercato, che consentono di lavorare in stretta collaborazione con gli end-user nello sviluppo di nuove applicazioni tecniche e di nuovi prodotti “belli e ben fatti”. Non da ultimo, la (ri)scoperta delle economie di prossimità potrà abilitare una manifattura integrata di qualità e un modello produttivo e distributivo veloce e flessibile in grado di abbattere i tempi di risposta alle sollecitazioni del mercato.



**Per ulteriori informazioni:**  
Ufficio Studi/Stampa

tel. 024693611 - cell. 3351311525  
[economics-press@acimit.it](mailto:economics-press@acimit.it)