

“La subfornitura della moda all’epoca del cambiamento”

Presentazione Osservatorio Subfornitura Moda 2006 – Prato, 22 maggio 2007

Diversamente da quanto ha fatto nelle edizioni precedenti, in quest’occasione l’Osservatorio del Comitato Network Subfornitura si misura con una fase della congiuntura finalmente positiva.

La congiuntura. Per l’industria della moda il 2006 è stato un anno di ripresa del fatturato, anche se i volumi produttivi continuano ad essere in flessione penalizzando soprattutto proprio il mondo della subfornitura. Le rilevazioni mostrano un miglioramento del quadro congiunturale per le imprese della subfornitura, in linea con quello più generale del settore. L’andamento resta però negativo per le imprese di minori dimensione. La regione con i risultati migliori è la Toscana, ma risultati positivi si registrano anche in Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna. Dal punto di vista settoriale sono positivi i risultati dell’abbigliamento e della filiera pelle mentre restano negativi quelli del tessile, così come, in generale quelli dei prodotti di fascia economica.

Le stime indicano un incremento del fatturato leggermente sotto la soglia del 2%. Per i tessile – abbigliamento, su un giro d’affari pari a 52,9 miliardi di euro, il bilancio preliminare del 2006 registra infatti una sensibile crescita dell’export (+3,7%), grazie a un incremento dei flussi verso i mercati extra - UE (+5% circa), significativamente superiore rispetto al valore che ha caratterizzato le piazze comunitarie (+3%). Il progresso complessivo delle esportazioni risulta il più intenso dell’ultimo quinquennio, con un aumento del 52% circa del contributo dei ricavi dati dall’export rispetto al fatturato complessivo. Notizie positive provengono anche dalla domanda interna (+4,5%), con un incremento degli ordinativi soprattutto in ambito tessile.

Anche dal fronte accessori moda – persona (calzature, pelletteria, occhialeria, bigiotteria e gioielleria) pervengono segnali positivi visto che nell’ultimo trimestre del 2006 le esportazioni del comparto sono cresciute con un ritmo quasi doppio rispetto al resto dell’economia nazionale. L’export di prodotti italiani è infatti migliorato in valore del 13,5% nel periodo considerato contro il +20,2% messo a segno da questi settori. Nell’intero 2006 le esportazioni dei settori pelletteria, calzature, occhialeria e gioielleria hanno raggiunto i 16,6 miliardi di euro, una cifra pari al 5,1% del totale italiano.

Il campione. Oggetto dell’Osservatorio sono le piccole e medie imprese del sistema moda (settori tessile, abbigliamento, pelle e calzature) che operano principalmente per conto terzi. La popolazione di riferimento ha un numero di addetti compreso tra 6 e 99 ed è localizzata nelle seguenti regioni: Piemonte, Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, Toscana, Umbria. Nelle regioni aderenti al Network Subfornitura si concentrano 2/3 delle imprese dell’industria italiana della moda e da esse proviene oltre l’80% delle esportazioni del settore. Sono state elaborate le risposte di 299 imprese. Le stime sono relative ad un campione di circa 13mila imprese.

Rapporti di filiera. Si conferma il consistente utilizzo di subfornitura di secondo livello: quasi il 43% delle imprese è a sua volta committente di altre aziende o laboratori esterni. Il ricorso ad altri subfornitori risulta più intenso nel settore della pelle (riguarda più della metà delle imprese), è leggermente più contenuto nel settore del vestiario (49% circa), mentre nel settore tessile si limita a meno di un terzo degli operatori. Il mestiere del subfornitore si va trasformando da semplice esecutore a quello di coordinatore e organizzatore di filiere di produzione.

“La subfornitura della moda all’epoca del cambiamento”

Presentazione Osservatorio Subfornitura Moda 2006 – Prato, 22 maggio 2007

Numero dei committenti. Metà delle imprese presenta un portafoglio clienti articolato, composto da 8 e più committenti; la percentuale è in discreto aumento rispetto al 2005 (46%) e al 2004 (43%). Sostanzialmente stabile è la quota di operatori con numero di committenti compresi tra 4 e 7, mentre si è ulteriormente ridotta a meno del 25% la percentuale di imprese particolarmente dipendenti da meno di quattro committenti (era il 36% nel 2004).

Grado di dipendenza. Il 28% delle imprese dipende per oltre il 50% del fatturato da un solo committente. La quota è inferiore a quella del 2005 (31%), mentre sale la percentuale di operatori che con il primo committente realizzano il 26-50% del giro d'affari.

Stabilità del rapporto con i committenti. Più della metà delle imprese ha mantenuto stabile il numero dei propri committenti. Aumenta significativamente (dal 17% al 22%) la percentuale di coloro che hanno ampliato il proprio portafoglio e si riduce in misura significativa la quota di operatori che ha registrato delle riduzioni. Le imprese della filiera della pelle sono quelle che dichiarano in misura maggiore una situazione di stabilità; inoltre, come già nella rilevazione precedente, in questo settore prevalgono le imprese che negli ultimi tre anni hanno aumentato il numero dei committenti (21%) rispetto a quelle che hanno subito una diminuzione (19%). Per tessile e vestiario la stabilità della committenza ha riguardato poco meno della metà degli operatori; al contrario del settore pelle prevalgono coloro che hanno accusato una contrazione del numero di committenti rispetto alle imprese che li hanno incrementati.

Il ruolo dei subfornitori nel rapporto con i committenti. La capacità di offrire soluzioni, risolvere problemi, sgravare le imprese committenti di compiti non direttamente connessi alle competenze distintive dell'impresa è una delle dimensioni chiave del cambiamento in atto nel mercato della subfornitura che l'attuale situazione congiunturale mette in maggior luce. Ne deriva che la capacità del subfornitore di fornire al committente servizi che vanno al di là della semplice esecuzione del compito affidato rappresenta un fattore di competitività di crescente importanza. Il 53,5% delle imprese ha dichiarato di non limitarsi ad un rapporto puramente esecutivo, una percentuale che tende ad aumentare di anno in anno. Pur con le dovute cautele dovute al turnover del campione è possibile dire che la direzione intrapresa dai subfornitori è quella di un rafforzamento della capacità propositiva.

Le attività di subfornitura. Più che in molte altre industrie, nella moda il ciclo produttivo si compone di un elevato numero di fasi, sia di tipo strettamente manifatturiero che di servizi, realizzabili separatamente. Ciò apre la possibilità di una molteplicità di configurazioni aziendali, in particolare per quanto riguarda la subfornitura. La tendenza delle imprese finaliste a concentrarsi sugli aspetti relativi alla distribuzione, alla comunicazione, all'interpretazione delle tendenze del mercato, ha generato negli ultimi anni la ricerca di subfornitori in grado di offrire lavorazioni più complesse, pacchetti completi che includono molte e spesso prevalenti attività di servizio.

I mercati. L'elevata fedeltà nei rapporti di fornitura e le contenute dimensioni delle imprese determinano da una lato una sostanziale stabilità nella geografia dei mercati di riferimento e dall'altro una forte concentrazione dell'attività su mercati locali (regionali). La quota di fatturato realizzato all'interno della regione di appartenenza resta superiore al 75%, quella del resto d'Italia è del 18%, mentre con committenti esteri supera di poco il 5%. Le regioni che presentano il maggior orientamento ai mercati esteri sono il Veneto con l'11,6% del fatturato e l'Emilia Romagna con il 10%.

“La subfornitura della moda all’epoca del cambiamento”

Presentazione Osservatorio Subfornitura Moda 2006 – Prato, 22 maggio 2007

La dimensione dei committenti. Più dei 2/3 delle imprese di subfornitura operano prevalentemente con imprese di piccola dimensione, un dato che nei 4 anni di attività dell’Osservatorio si è modificato di poco, oscillando di qualche punto percentuale. Due regioni si distinguono dalle altre per una diversa struttura della committenza. Si tratta dell’Emilia Romagna e del Piemonte che presentano un profilo della committenza più orientato alle imprese di grande dimensione (rispettivamente il 52% e il 51%).

La concorrenza. Dalla prima edizione dell’Osservatorio sulla subfornitura nella moda realizzata nel 2002 ad oggi, la concorrenza internazionale nei mercati della moda si è nettamente inasprita. Ciò non ha finora comportato una drastica perdita di competitività dei subfornitori italiani. Secondo oltre la metà (52%) delle imprese intervistate i principali concorrenti restano gli altri subfornitori italiani, soprattutto quelli localizzati nelle vicinanze e nella medesima regione. Una percezione che è rimasta stabile.

L’inasprirsi della concorrenza internazionale ha però un importante effetto indiretto. A subirla sono soprattutto i committenti che hanno dovuto competere negli ultimi anni sul mercato finale con prodotti importati a prezzi in euro decrescenti sia per la rivalutazione della moneta europea verso quelle dei principali fornitori asiatici, le cui valute sono rimaste agganciate al dollaro, svalutatosi di quasi il 50% in pochi mesi tra il 2002 e il 2004 sia per il venir meno, in molti casi, dei costi di acquisizione delle licenze di esportazione verso l’Europa che erano connesse all’esistenza dei contingenti alle importazioni. Dal punto di vista dei subfornitori, l’effetto della concorrenza internazionale si è manifestato più come diminuzione della capacità di assorbimento da parte dei committenti spiazzati dalla concorrenza più che come concorrenza diretta sul mercato delle lavorazioni.

Fonti: Comitato Network Subfornitura, SMI – ATI, FIAMP, CNA FEDERMODA, ISTAT, ICE