

La filiera della Moda in Emilia-Romagna

Caratteristiche, dinamiche congiunturali e di medio periodo, scenari opportunità e criticità

Febbraio 2017

INDICE

IL CONTESTO

- Le **caratteristiche della filiera della Moda** dell'Emilia-Romagna
- **Imprese e Addetti** del sistema della Moda
(Fonte *Movimprese e SMAIL-Unioncamere*)
- **Valore aggiunto e Unità di lavoro**: dinamica strutturale di lungo periodo dell'Industria della Moda
(Fonte *ISTAT*)
- **Flussi di lavoro** dell'Industria della Moda
(Fonte *SILER-CRISP*)
- **Produzione, fatturato e ordini** dell'Industria della Moda
(Fonte *Unioncamere Emilia-Romagna*)
- **Import – Export** dell'Industria della Moda
(Fonte *ISTAT*)

FOCUS SULLE SOCIETA' DI CAPITALE

- **Analisi economica-finanziaria** di un Panel 2008-2015 di imprese della Moda
(Fonte *AIDA - Bureau van Dijk*)

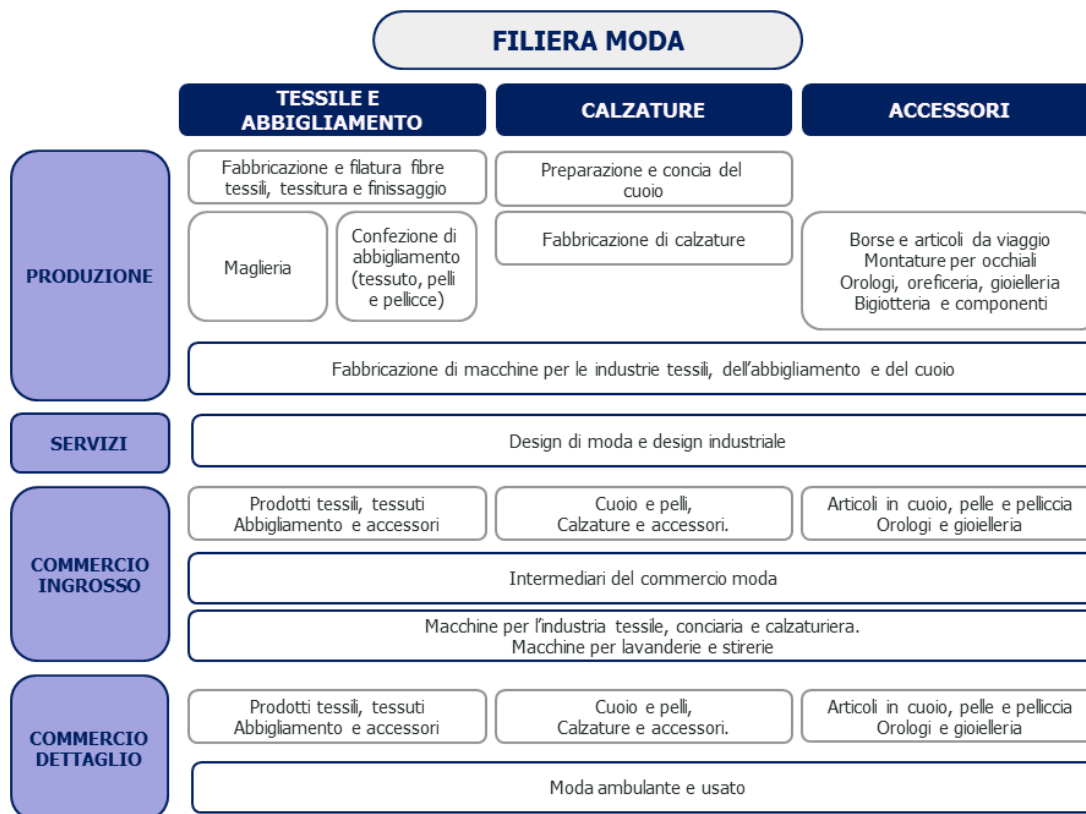
SCENARI OPPORTUNITA' E CRITICITA'

- **Scenari nazionali** per il Tessile-Moda
- **Opportunità e rischi** per il Sistema della Moda

LE CARATTERISTICHE DELLA FILIERA DELLA MODA DELL'EMILIA-ROMAGNA

La filiera della Moda

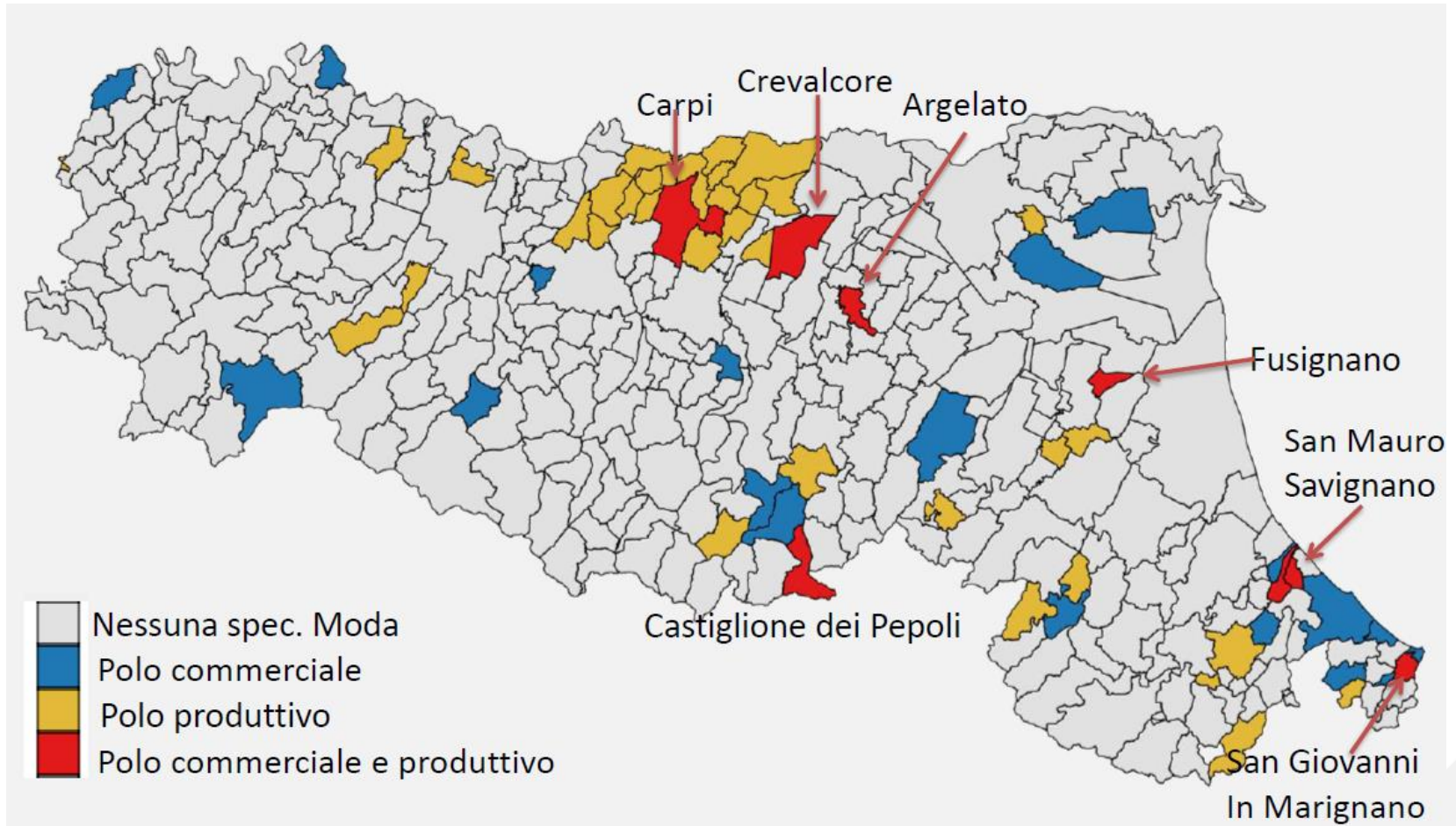
- Il **sistema Moda in Emilia-Romagna** rappresenta un tassello importante nell'economia regionale. Fonda la propria competitività sulla **qualità** e il **design**, le **specializzazioni territoriali**, i **grandi marchi**, la **capacità di penetrare i mercati internazionali**.
- Le imprese della Moda sono diffuse su tutto il territorio regionale e sono organizzate secondo una **logica di filiera produttiva**: le attività tendono quindi a coprire tutte le fasi di vita del prodotto (fabbricazione, servizi, commercio) facendo sistema tra di loro.



Fonte: Invest in Emilia-Romagna

I poli territoriali del sistema moda regionale

- In base alla consistenza della componente manifatturiera e di quella commerciale/terziaria è possibile individuare i principali poli regionali del sistema della moda regionale.

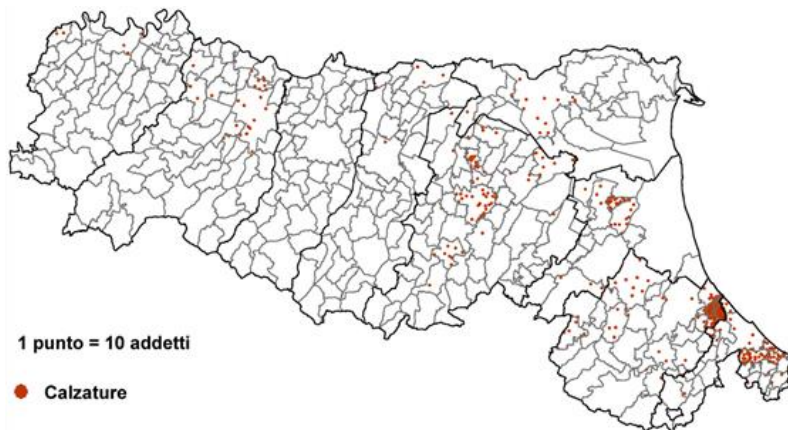


Fonte: Unioncamere Emilia-Romagna

I comparti della filiera della Moda

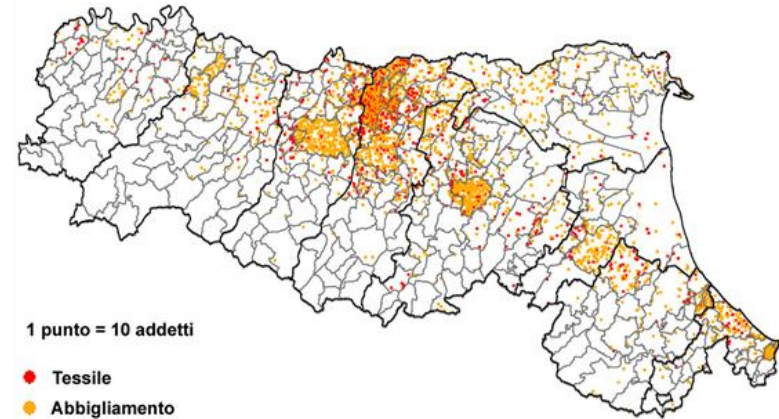
- Il tessuto imprenditoriale dell'industria regionale della Moda si articola in oltre 7mila imprese, principalmente di **piccole e medie dimensioni** e dedite al **contoterzismo**, alla **subfornitura** e a **produzioni di nicchia**.
- In alcuni territori, la tradizione è diventata **distretto** attraverso la concentrazione di un alto numero di unità locali: è il caso di **Carpi**, nel modenese. Ma un'alta concentrazione si rileva anche nelle province di Bologna e Reggio Emilia. Altri distretti sono presenti per singoli comparti.

Filiera della moda – Calzature - Addetti



- Area **Forlì-Cesena** (**San Mauro Pascoli**, Savignano, Gatteo) e **Rimini**. specializzazione nella scarpa di lusso
- **Ravenna** (Fusignano, Lugo di Romagna, Bagnacavallo).
- L'area dell'**Emilia**, soprattutto Bologna. Orientamento verso le calzature maschili di pregio.

Filiera della moda – Tessile e abbigliamento - Addetti

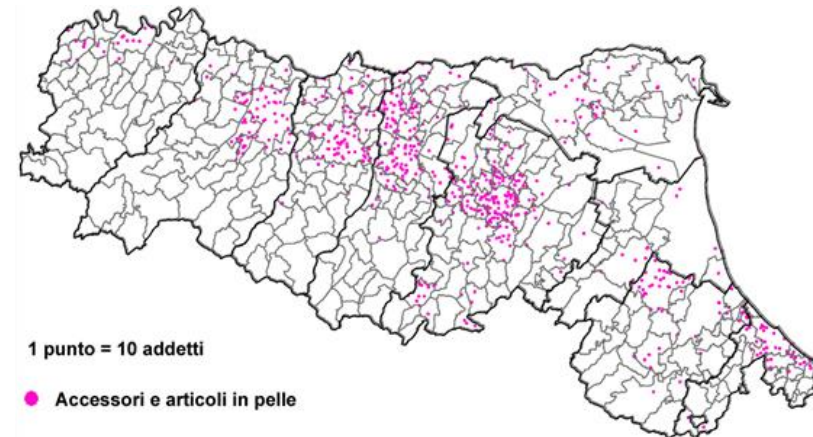


1 punto = 10 addetti

- Tessile
- Abbigliamento

- Il distretto di **Carpi** in **provincia di Modena**, imprese di piccole e medie dimensioni.
- **Bologna** e **Reggio Emilia**, imprese di dimensioni medio-grandi
- Diffusione con numeri più limitati nelle altre province

Filiera della moda – Accessori in pelle - Addetti



1 punto = 10 addetti

- Accessori e articoli in pelle

- Forte concentrazione a **Modena** (**Carpi** in particolare) e **Bologna**
- Seguono Parma, Rimini e Reggio Emilia

IMPRESE E ADDETTI DEL SISTEMA DELLA MODA REGIONALE

Industria regionale della Moda

- Sulla base dei dati del *Registro delle Imprese*, al **III trimestre 2016**, il **sistema manifatturiero della Moda in Emilia-Romagna** risulta essere costituito da **6.989 imprese attive**, pari all'8,3% dell'intero sistema della moda nazionale e al 15,7% delle imprese manifatturiere regionali.
- Rispetto al III trimestre 2015, le imprese attive del settore della moda **si sono contratte del 1,8%**, dato maggiore di quanto rilevato a livello nazionale (-1,2%). Su tale andamento ha pesato la flessione del 3,7% del comparto tessile, tra le più elevate delle attività manifatturiere.
- Ancora più marcata la **contrazione rispetto a settembre 2009** (-15,4%), quando si contavano in tutto 8.262 imprese.

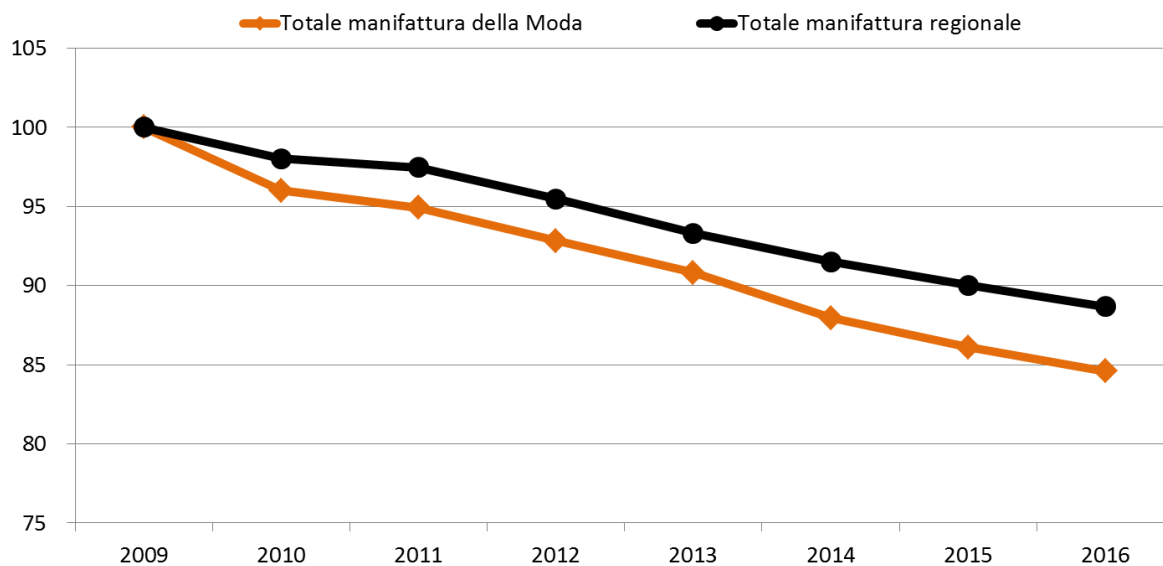
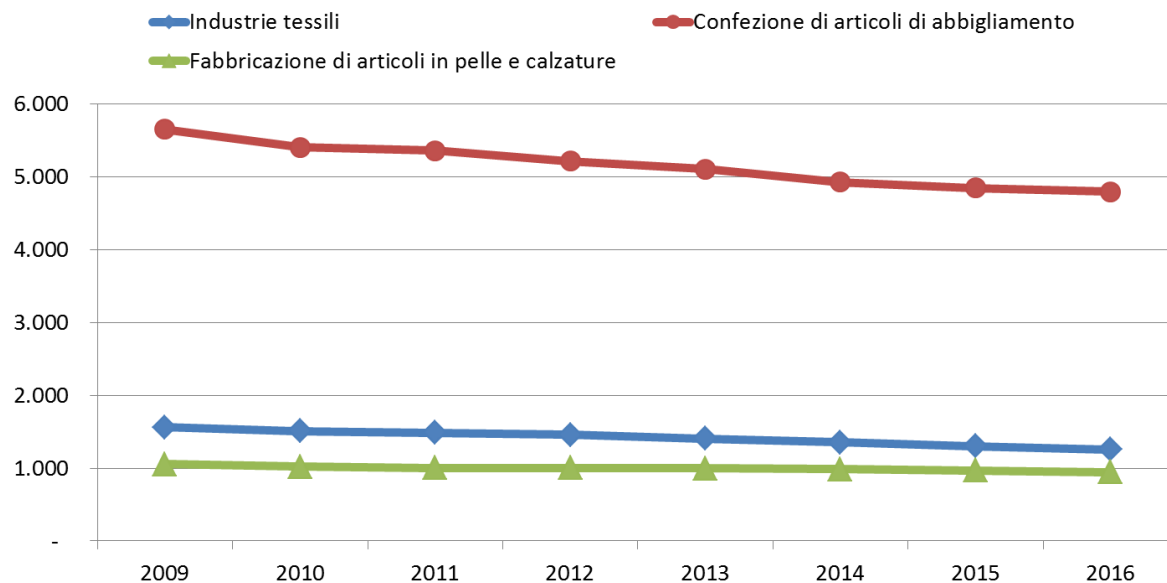
Imprese attive nell'industria manifatturiera della Moda dell'Emilia-Romagna

Comparti	III trimestre 2016	Var. % rispetto a III trim. 2009	Var. % rispetto a III trim. 2015
Industrie tessili	1.256	-19,5%	-3,7%
Confezione di articoli di abbigliamento	4.789	-15,2%	-1,1%
Fabbricazione di articoli in pelle e calzature	944	-10,5%	-2,6%
Totale manifattura della Moda	6.989	-15,4%	-1,8%
Totale manifattura regionale	44.517	-11,3%	-1,5%

Fonte: elaborazione su dati Movimprese

Dinamica delle imprese attive

Imprese attive
dell'industria della
moda per comparto



Imprese attive
dell'industria della
moda e del
manifatturiero regionale
(2009 = 100)

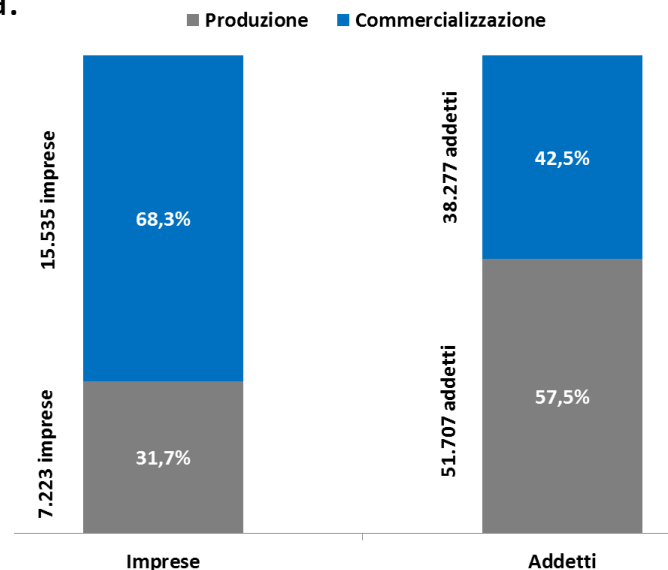
Fonte: elaborazione su dati Movimprese

Imprese e addetti del sistema della moda

- Prendendo in considerazione i dati *SMAIL Unioncamere*, aggiornati a settembre 2015, è possibile ricostruire la consistenza **dell'intera filiera della moda, compresa la parte di terziario**, sia in termini di imprese che di addetti.
- A **settembre 2015** le **imprese del sistema moda regionale erano circa 22.700** (il 5,5% circa delle imprese regionali totali), mentre gli **addetti erano di poco inferiori a 90mila** (il 5,1% circa degli addetti totali regionali).
- A livello **di imprese attive**, è la **componente commerciale/terziaria** (agenti e rappresentanti, commercio all'ingrosso, al dettaglio e ambulante) quella preponderante, con 15.500 imprese circa, pari al 68,3% della filiera complessiva. Viceversa, a livello di **addetti**, è la **componente produttiva/manifatturiera** (tessile, abbigliamento, calzature&accessori e macchinari) quella con più addetti, 51,7mila circa (57,5% del totale) a fronte di 38,3mila della componente terziaria.

SETTEMBRE 2015

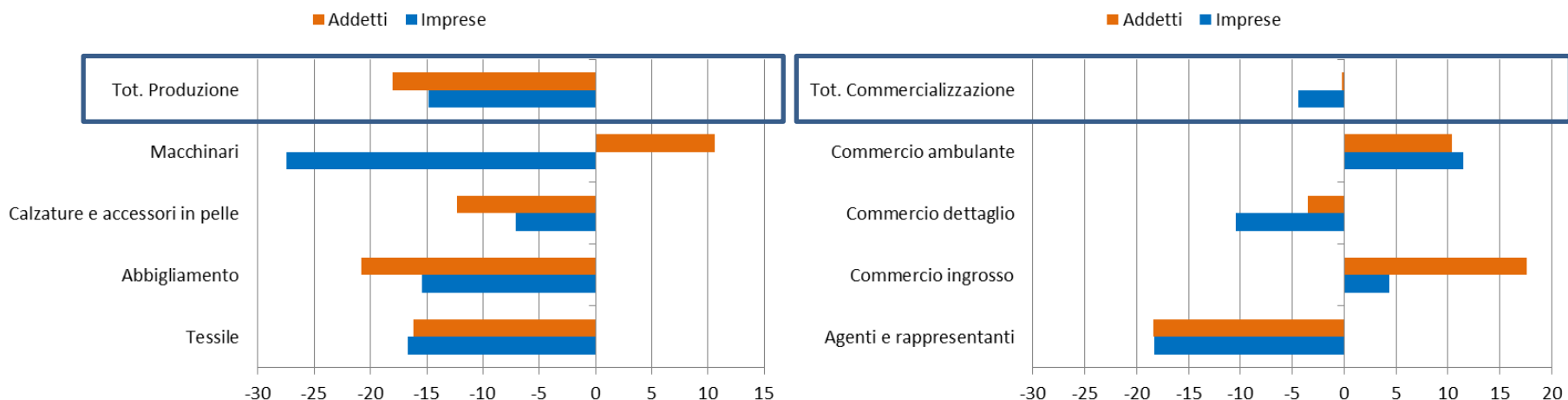
	Imprese	Addetti
Tessile	1.304	7.824
Abbigliamento	4.841	32.447
Calzature e accessori in pelle	984	10.744
Macchinari	94	692
Tot. Produzione	7.223	51.707
Agenti e rappresentanti	1.665	2.506
Commercio ingrosso	1.510	8.712
Commercio dettaglio	7.468	20.623
Commercio ambulante	4.892	6.436
Tot. Commercializzazione	15.535	38.277
Totale filiera moda	22.758	89.984



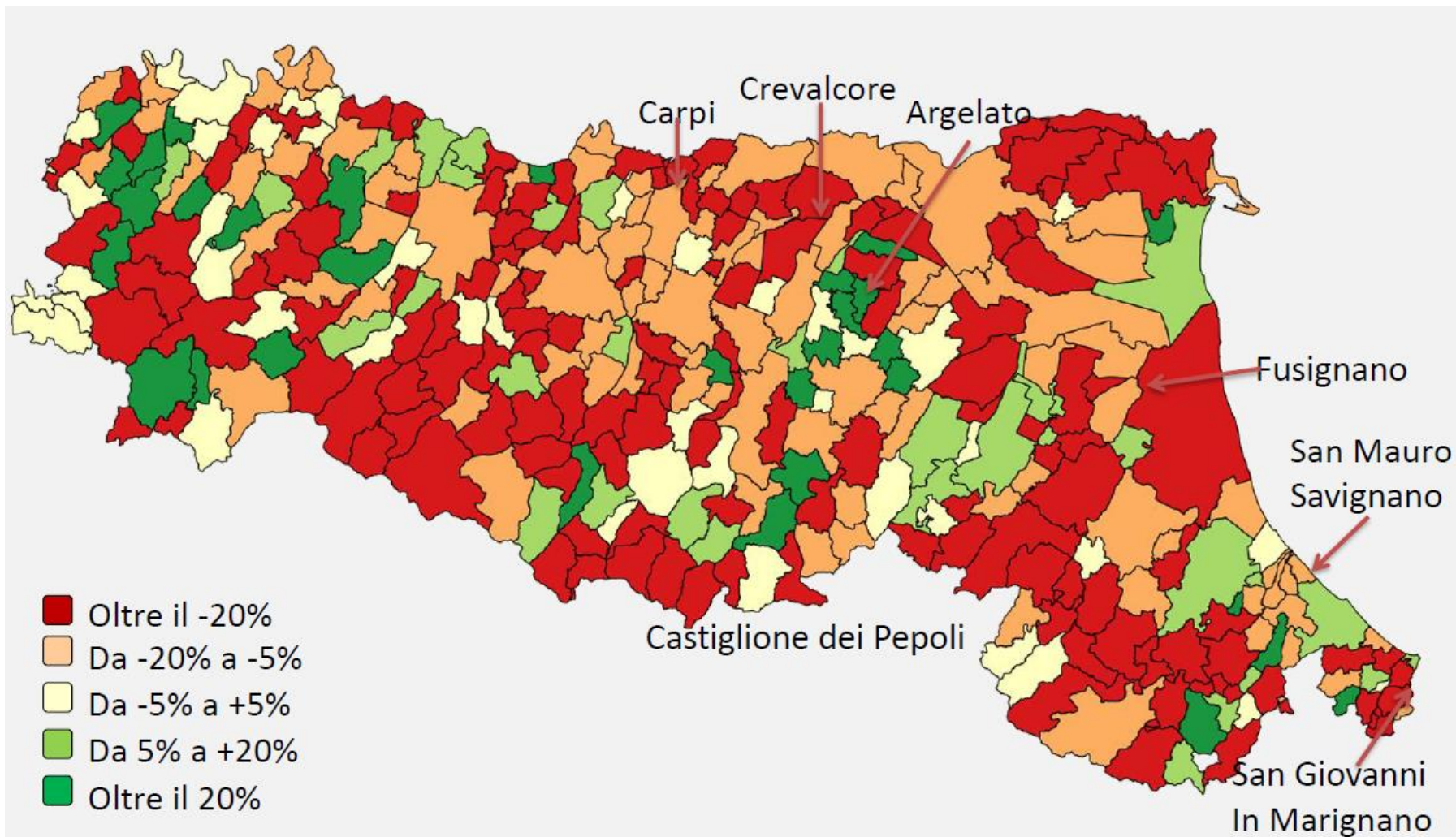
Dinamica delle imprese e addetti del sistema della moda

- Rispetto a settembre 2008, nel 2015 il sistema moda della regione ha perso il 7,8% circa delle imprese e il 10,4% degli addetti.
- A soffrire maggiormente è stata la **componente manifatturiera**, che ha visto la contrazione del 14,8% delle imprese e il 18% degli addetti. In calo, anche se a ritmo meno intenso, la **componente terziaria** della filiera (-4,4% di imprese e -0,2% di addetti).
- Con segno positivo in termini di imprese si segnalano solamente il settore del **commercio all'ingrosso** (+4,4%) e quello del **commercio ambulante** (+11,5%). Gli stessi settori fanno segnare una crescita del numero degli addetti (rispettivamente +17,6% e +10,4%), a cui si aggiunge la **produzione di macchinari** (+10,6%).

Variazione % numero di addetti e imprese (settembre 2008/2015)



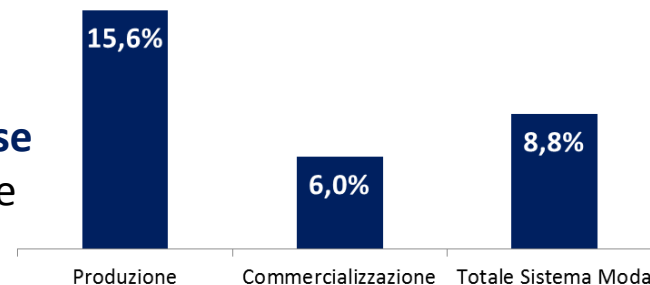
Dinamica degli addetti del sistema moda 2008-2015



Proiezione sui mercati esteri

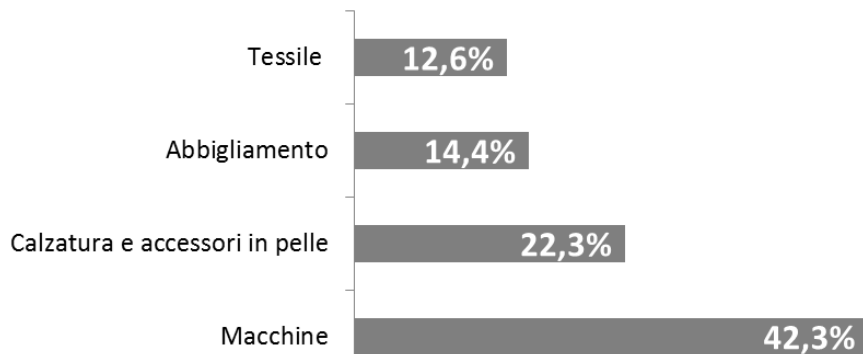
- Le **imprese regionali della filiera della Moda** mostrano una **buona propensione all'internazionalizzazione commerciale**, superiore alla media regionale.
- Nel 2015 erano oltre **2mila (l'8,8% della filiera) le imprese esportatrici della Moda**, considerando sia la componente manifatturiera che quella terziaria.

Quota % di imprese che esportano

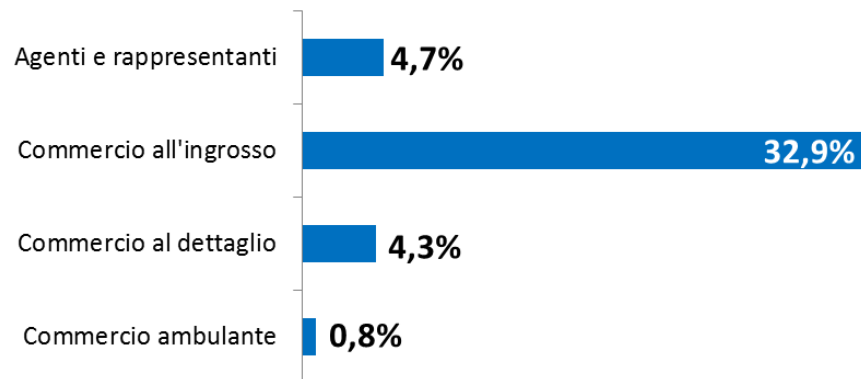


- Tra le **imprese manifatturiere** appartenenti alla filiera, circa il 15% esportano (di queste il 65% esportano abitualmente). La maggior propensione all'export si rileva tra le imprese di **produzione di macchine per la moda** (il 42,3% delle imprese del settore esporta).
- Tra le **imprese del commercio** appartenenti alla filiera, la propensione all'esportazione è più bassa: la quota di imprese esportatrici è pari al 6% (di queste il 46% sono esportatrici abituali). La quota % di imprese esportatrici sale nel settore del **commercio all'ingrosso** (32,9%).

Imprese manifatturiere che esportano



Imprese commerciali che esportano

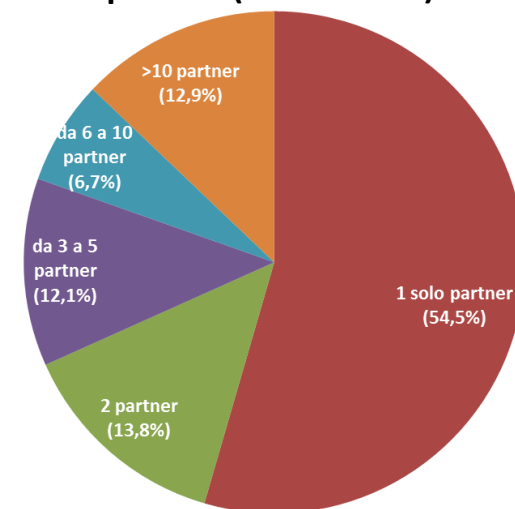


Fonte: elaborazione su dati Unioncamere Emilia-Romagna

Proiezione sui mercati esteri

- Oltre la metà delle imprese esportatrici che compongono la filiera ha **meno di 5 addetti** (51%).
- **La propensione all'esportazione cresce con la classe dimensionale degli addetti:** tra le imprese più piccole (con 1-4 addetti), la quota di imprese esportatrici non supera l'8,5% tra quelle manifatturiere e il 4% tra quelle terziarie; tra le imprese più grandi (>50 addetti), invece, la quota di imprese che esportano sono pari all'89% circa tra quelle manifatturiere e il 51% tra quelle commerciali.
- **La maggior parte delle imprese esportatrici** (54,5% delle imprese che esportano) **esporta in un solo paese** (si tratta nella maggior parte dei casi delle imprese più piccole). Sono poco meno del 13% quelle che esportano in più di 10 paesi stranieri.
- Mediamente per ciascuna impresa della filiera la **quota di fatturato realizzato all'estero** è pari al 28,2% del totale.
- In valore l'export tra le imprese della filiera è fortemente concentrato in un numero abbastanza ristretto di imprese: **oltre il 40% dell'export del sistema moda regionale è realizzato dalle prime 10 imprese**. Le prime 50 imprese realizzano quasi il 72% dell'export della filiera.

Imprese esportatrici per numero di partner (% sul totale)



**VALORE AGGIUNTO, INVESTIMENTI
E UNITÀ DI LAVORO:
DINAMICA STRUTTURALE
DI LUNGO PERIODO DELL'INDUSTRIA DELLA**

I Conti economici territoriali sull'Industria della Moda

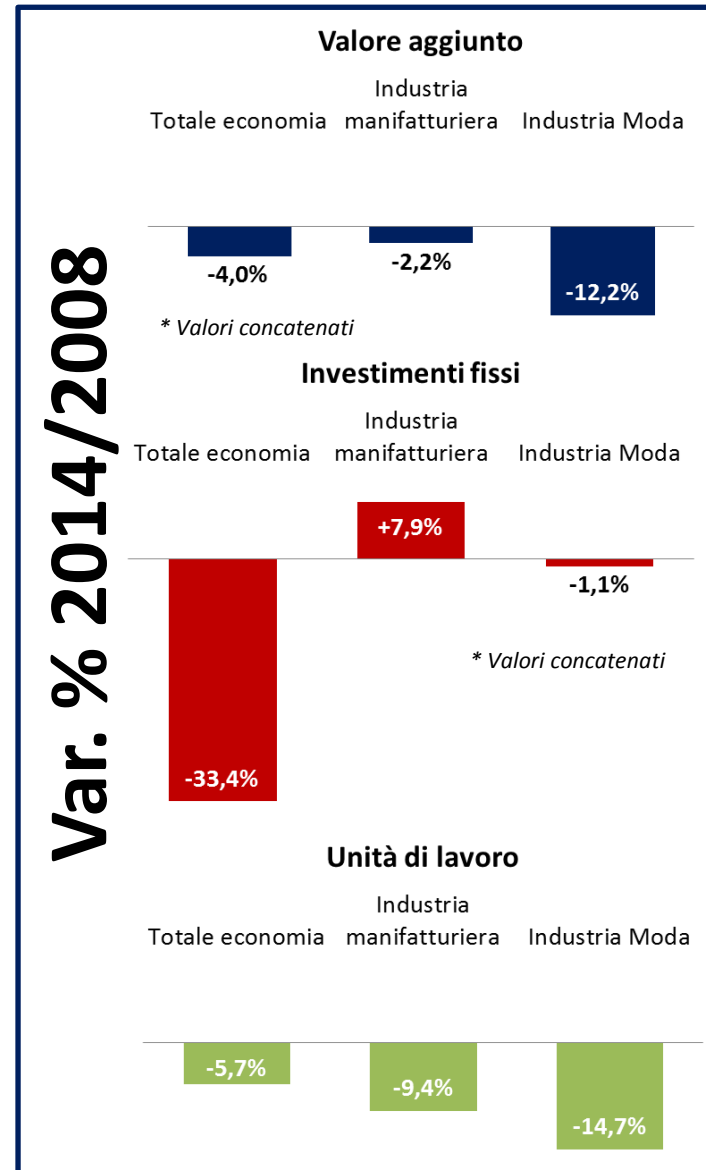
- Sulla base dei *Conti Economici Territoriali di ISTAT*, l'**Industria regionale della Moda** (industrie tessili, confezione di articoli di abbigliamento e di articoli in pelle e simili) produce il 5,9% del **valore aggiunto** manifatturiero regionale (1.787milioni di euro nel 2014, che rappresentano il 7,7% del valore aggiunto della Moda nazionale).
- Gli **investimenti fissi della Moda in Emilia-Romagna** ammontano a circa 229milioni di euro, il 3,2% degli investimenti manifatturieri in regione (il 7,1% degli investimenti nazionali della Moda).
- In termini di **unità di lavoro a tempo pieno**, infine, la Moda a livello regionale rappresenta il 7,9% delle unità di lavoro dell'industria manifatturiera (e l'8,1% delle UL della Moda a livello nazionale).

Industria della Moda dell'Emilia-Romagna

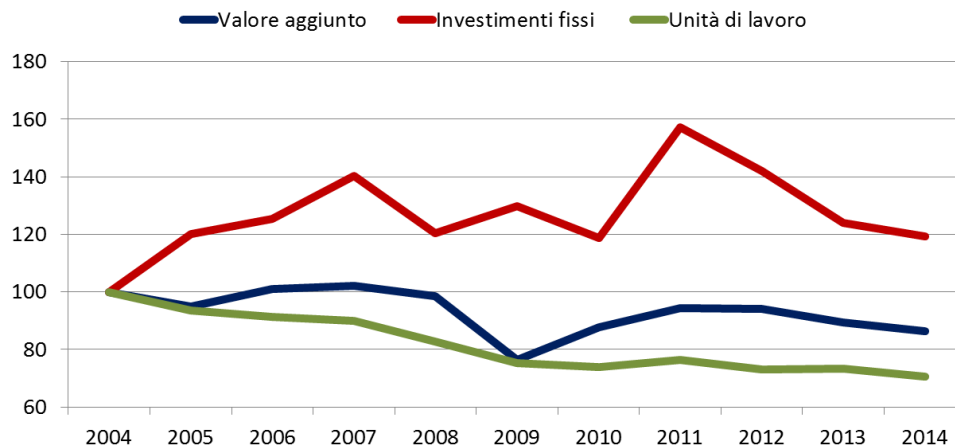
	Euro 2014	% sul tot. manifatturiero E-R 2014	% su tot. Moda Italia
Valore aggiunto (<i>milioni di euro, prezzi correnti</i>)	1.787	5,9%	7,7%
Investimenti fissi lordi (<i>milioni di euro, prezzi correnti</i>)	229	3,2%	7,1%
Unità di Lavoro (<i>migliaia</i>)	35	7,9%	8,1%

I Conti economici territoriali sull'Industria della Moda

- Rispetto al periodo pre-crisi (2008), nel 2014 il valore aggiunto dell'industria regionale della Moda, calcolato a prezzi concatenati, ha perso il 12,2%, più di quanto rilevato per l'industria manifatturiera (-2,2%) e l'economia complessiva (-4,0%).
- Stessa dinamica si osserva per le **unità di lavoro**: quelle dell'industria regionale della moda (-14,7%) si sono contratte più di quelle dell'industria manifatturiera (-9,4%) e dell'economia regionale complessiva (-5,7%).
- Gli **investimenti fissi** hanno invece una dinamica differente: rispetto al 2008 quelli dell'industria della Moda sono in calo di solo l'1,1%. Vanno meglio di quanto rilevato per l'intera economia regionale (-33,4%), ma non degli investimenti dell'industria manifatturiera (cresciuti del +7,9%).



Industria della Moda in Emilia-Romagna (2004=100)

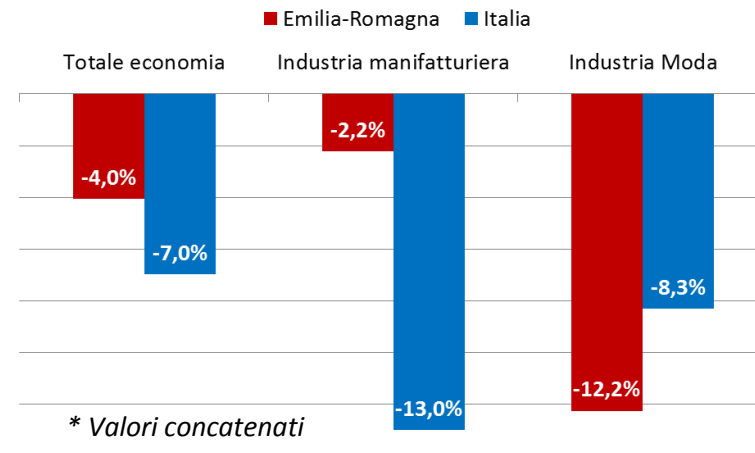


Fonte: ISTAT, Conti economici territoriali

La dinamica del valore aggiunto dell'Industria della Moda regionale

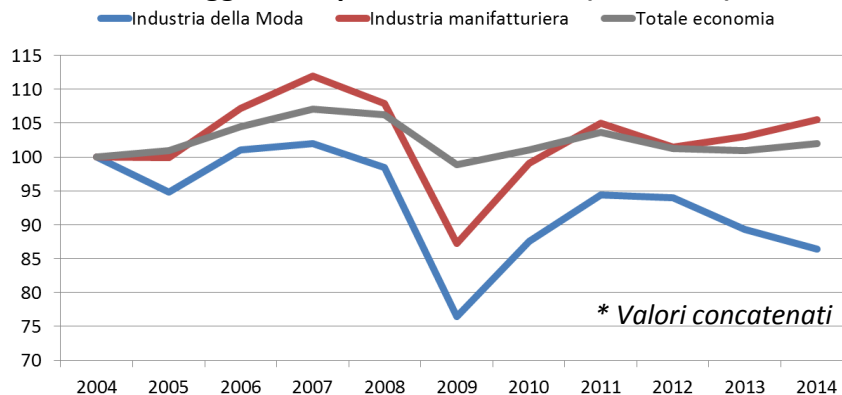
- Il **valore aggiunto dell'industria regionale della Moda**, calcolato a prezzi concatenati, nel periodo 2014/2008 si è contratto maggiormente di quanto rilevato a livello nazionale.
- Nel periodo considerato la **dinamica del valore aggiunto della Moda a livello regionale è peggiore di quanto osservato per l'industria manifatturiera e l'economia complessiva**.
- Rispetto all'Italia, il **valore aggiunto dell'Industria della Moda dell'Emilia-Romagna si mantiene quasi sempre al di sopra del livello nazionale**, con una inversione nel 2014.

Valore aggiunto (Var. % 2014-2008)



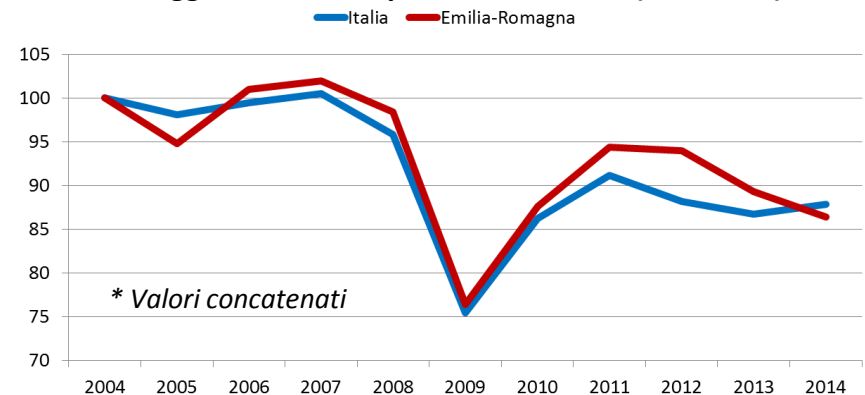
Emilia-Romagna

Valore aggiunto a prezzi concatenati (2004=100)



Italia vs Emilia-Romagna

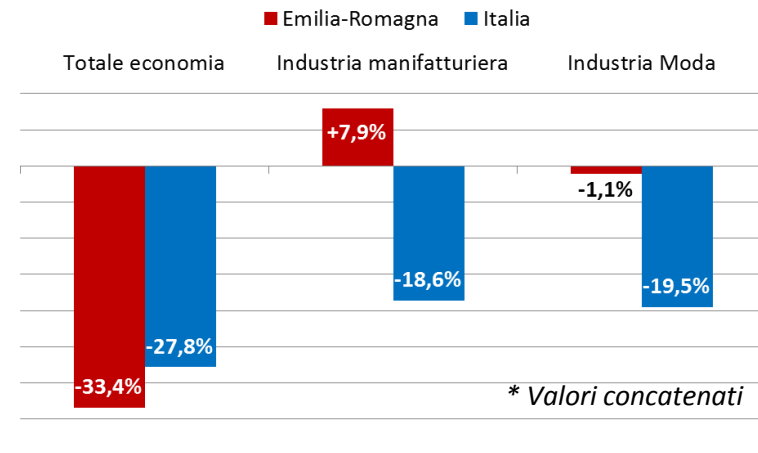
Valore aggiunto Moda a prezzi concatenati (2004=100)



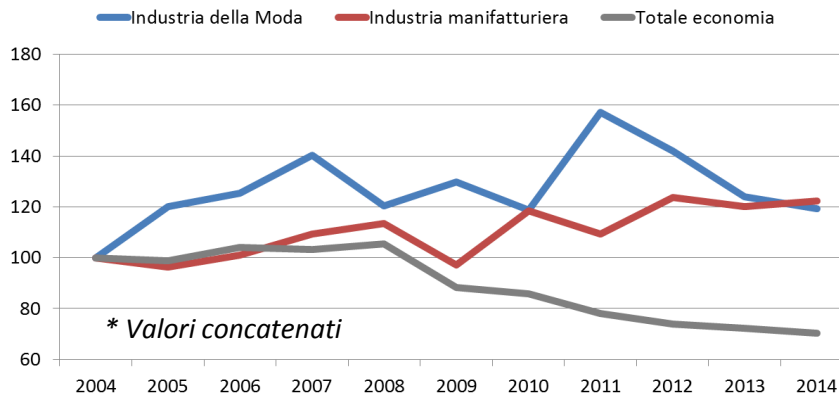
La dinamica degli investimenti dell'Industria della Moda regionale

- Nel 2014 gli investimenti fissi sostenuti dalle industrie tessili, degli articoli di abbigliamento e quelli in pelle e simili dell'Emilia-Romagna si collocano leggermente al di sotto del livello del 2008 (-1,1%, a fronte del -19,5% a livello nazionale).

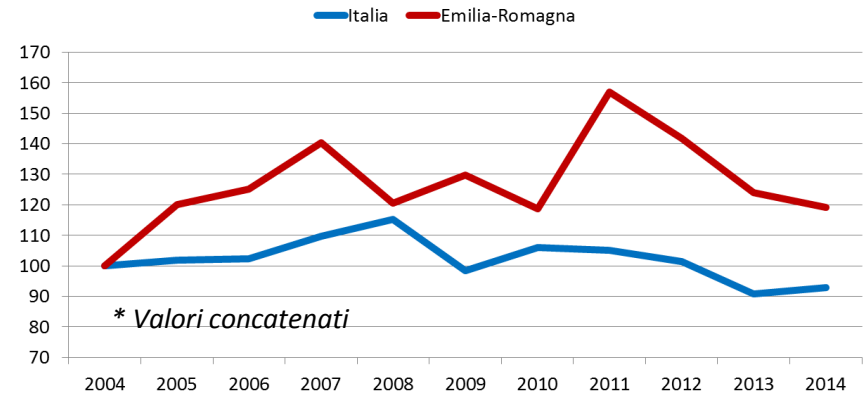
Investimenti fissi (Var. % 2014-2008)



Emilia-Romagna
Investimenti fissi a prezzi concatenati (2004=100)



Italia vs Emilia-Romagna
Investimenti fissi Moda a prezzi concatenati (2004=100)

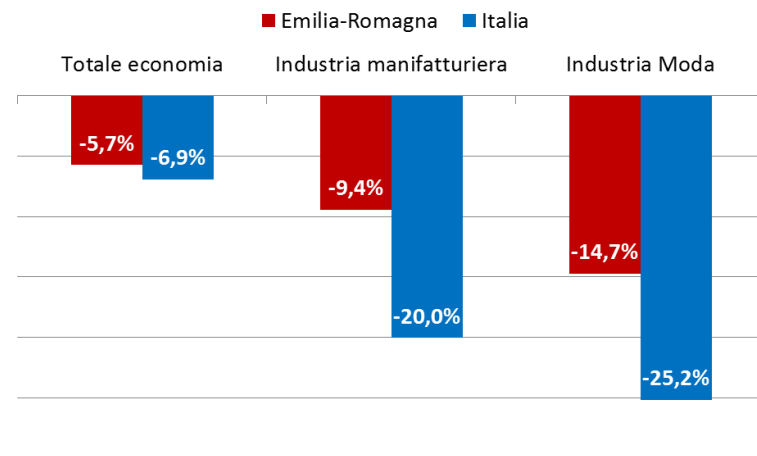


Fonte: ISTAT, Conti economici territoriali

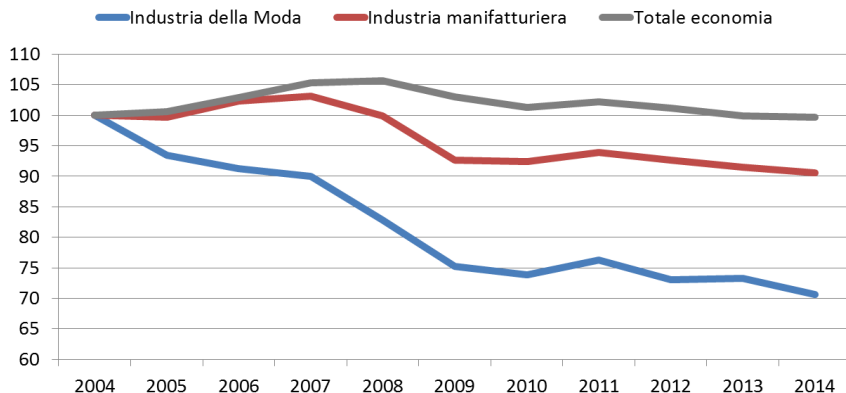
La dinamica delle Unità di Lavoro dell'Industria della Moda regionale

- Rispetto al 2008 le **unità di lavoro dell'industria della Moda** a livello regionale si sono contratte meno di quanto rilevato a livello nazionale.

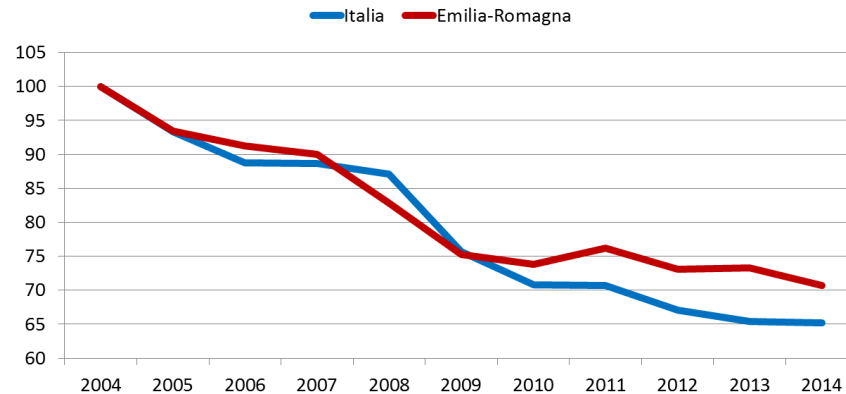
Unità di Lavoro (Var. % 2014-2008)



Emilia-Romagna
Unità di Lavoro (2004=100)



Italia vs Emilia-Romagna
Unità di Lavoro Industria della Moda (2004=100)



Fonte: ISTAT, Conti economici territoriali

PRODUZIONE, FATTURATO E ORDINI DELL'INDUSTRIA DELLA MODA

Fatturato, produzione e ordini dell'Industria della Moda

- I dati elaborati nell'ambito dell'*Indagine congiunturale sulle piccole e medie imprese industriali dell'Emilia-Romagna*, realizzata dalle Camere di Commercio e da Unioncamere Emilia-Romagna evidenziano una dinamica persistentemente negativa delle industrie della moda.
- Dopo un secondo trimestre leggermente positivo, **nel 3° trimestre 2016 la produzione dell'industria della Moda ha subito una nuova contrazione su base tendenziale**, attestando la **media del periodo gennaio-settembre su una variazione negativa dell'1,8% rispetto al 2015**, in controtendenza rispetto all'andamento degli altri settori e dell'industria manifatturiera regionale nel suo complesso (in crescita dell'1,5%).
- **In contrazione anche fatturato** (-1,0% a fronte di +1,3% dell'industria manifatturiera regionale), sia totale che estero (seppure più limitata) **e ordinativi delle imprese della Moda** (-2,2% a fronte di +1,0% dell'industria manifatturiera regionale).

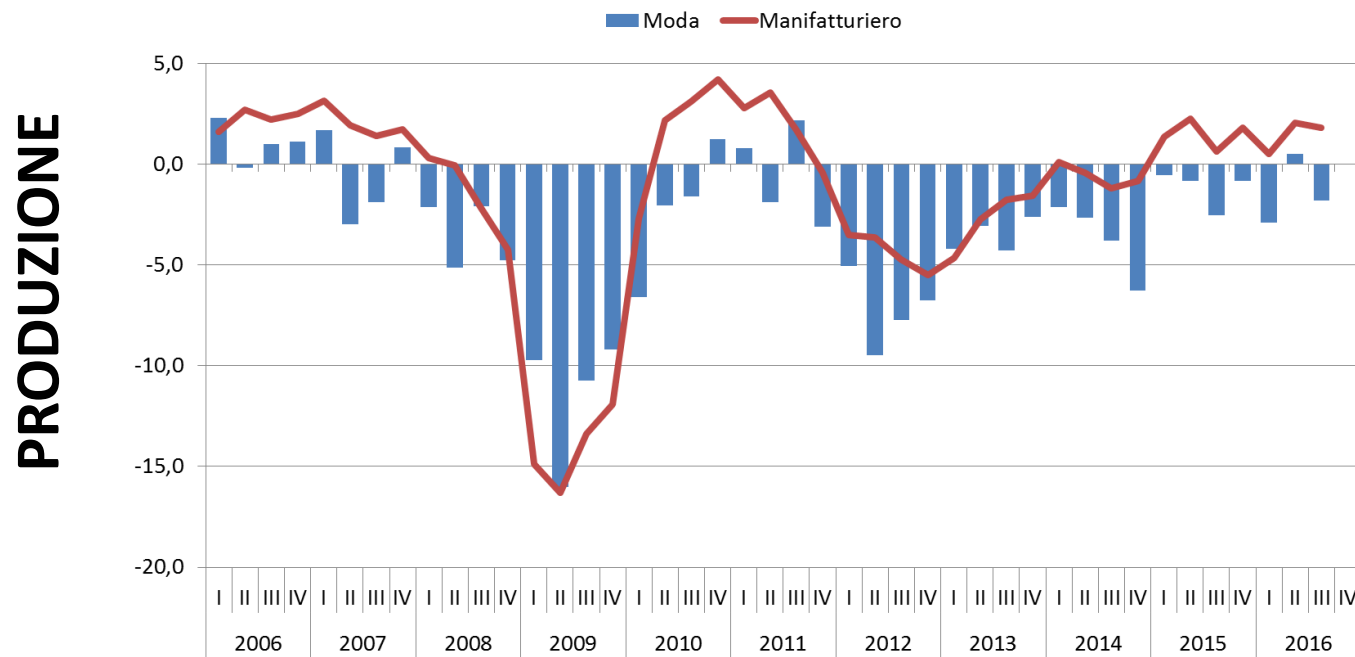
Tassi di variazione % sullo stesso periodo dell'anno precedente (1°-3° trimestre 2016)

	Fatturato	Fatturato estero	Produzione	Ordini	Ordini esteri
Industrie regionali	1,3	2,0	1,5	1,0	1,9
Tessile, abbigliamento, cuoio e calzature	-1,0	-0,0	-1,4	-2,2	-0,3

Dinamica trimestrale sulle piccole e medie imprese industriali

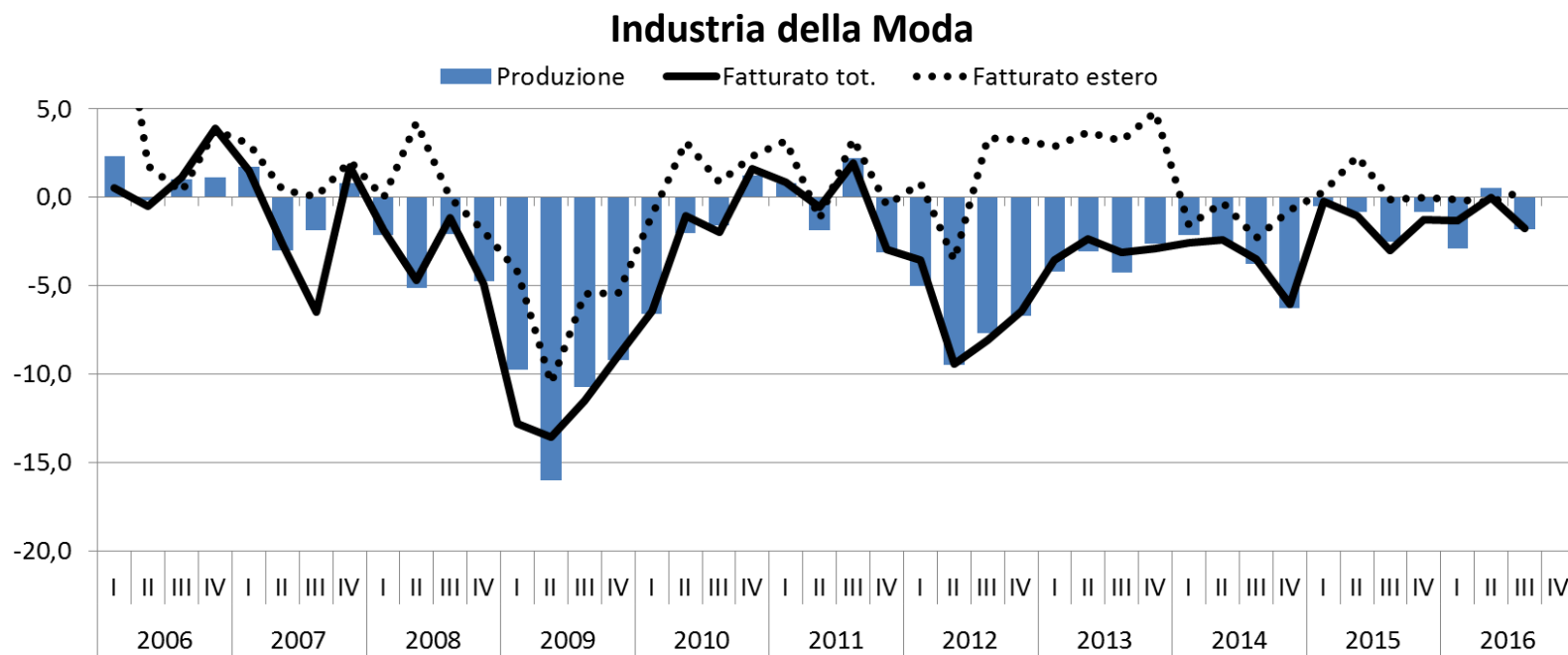
A livello trimestrale

- prima crisi (iniziata nel I trimestre 2008 e durata per 11 trimestri consecutivi, fino al IV trimestre 2010) ha interessato in modo più o meno simile sia la **produzione dell'industria manifatturiera regionale** nel suo complesso che quella dell'**industria della Moda**;
- seconda fase di crisi - iniziata con il IV trimestre 2011 – si sta protraendo per le imprese della Moda rispetto all'andamento del manifatturiero nel suo complesso (tornato in terreno positivo a partire dal I trimestre 2015).



Dinamica trimestrale sulle piccole e medie imprese industriali

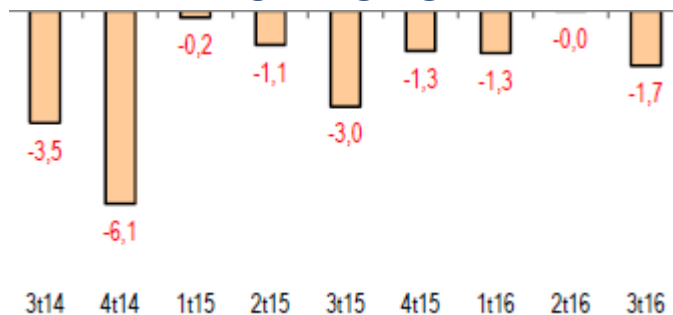
- Come rilevato già da tempo, anche per quanto riguarda le imprese della filiera della Moda, si osserva una **dinamica migliore della componente estera del fatturato**.
- Nella **media degli primi tre trimestri del 2016**, ad esempio, a fronte di una variazione percentuale negativa dell'1,0% circa per quanto riguarda il **fatturato dell'intera industria regionale della Moda**, la **componente del fatturato estero** si mantiene sostanzialmente stabile (-0,02%) [per l'industria manifatturiera regionale: fatturato totale +1,3%; fatturato estero +2,0%].



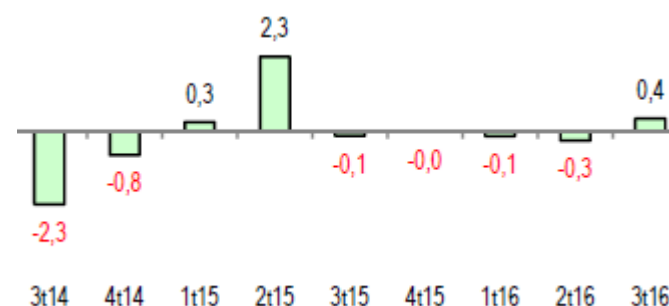
Congiuntura dell'Industria regionale della Moda

Tassi di variazione % sullo stesso trimestre dell'anno precedente

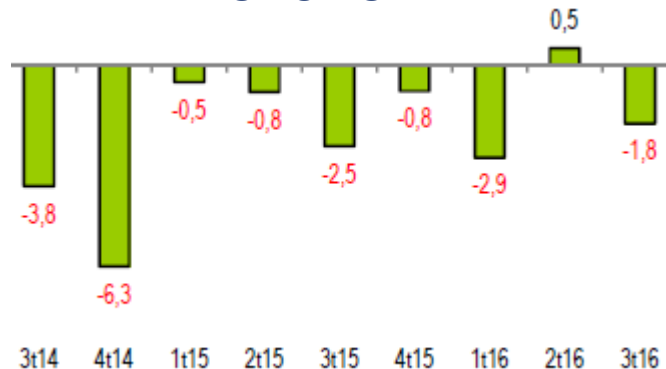
FATTURATO TOTALE



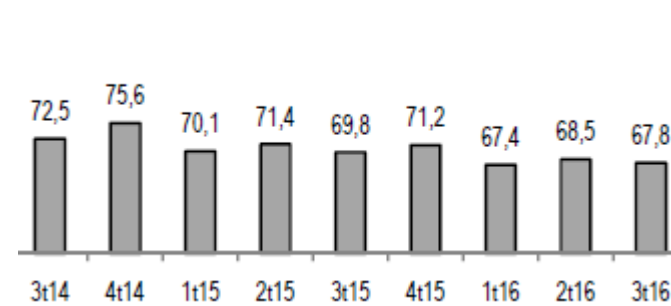
FATTURATO ESTERO



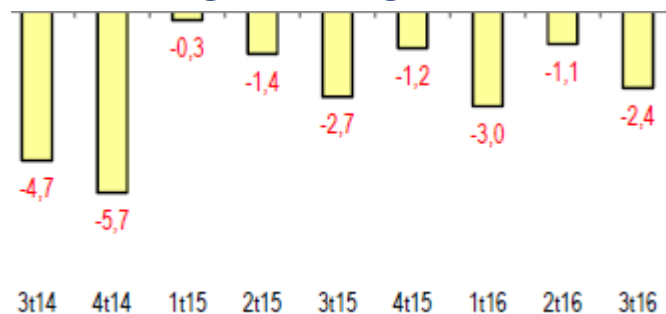
PRODUZIONE



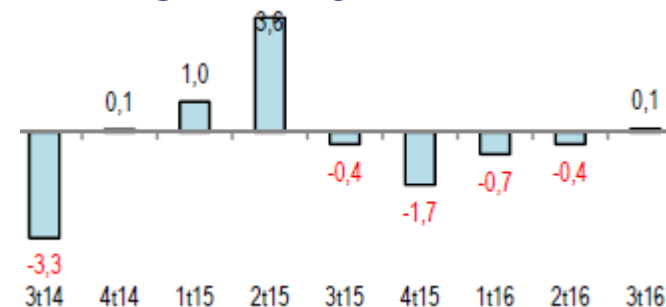
GRADO DI UTILIZZO DEGLI IMPIANTI



ORDINI TOTALI



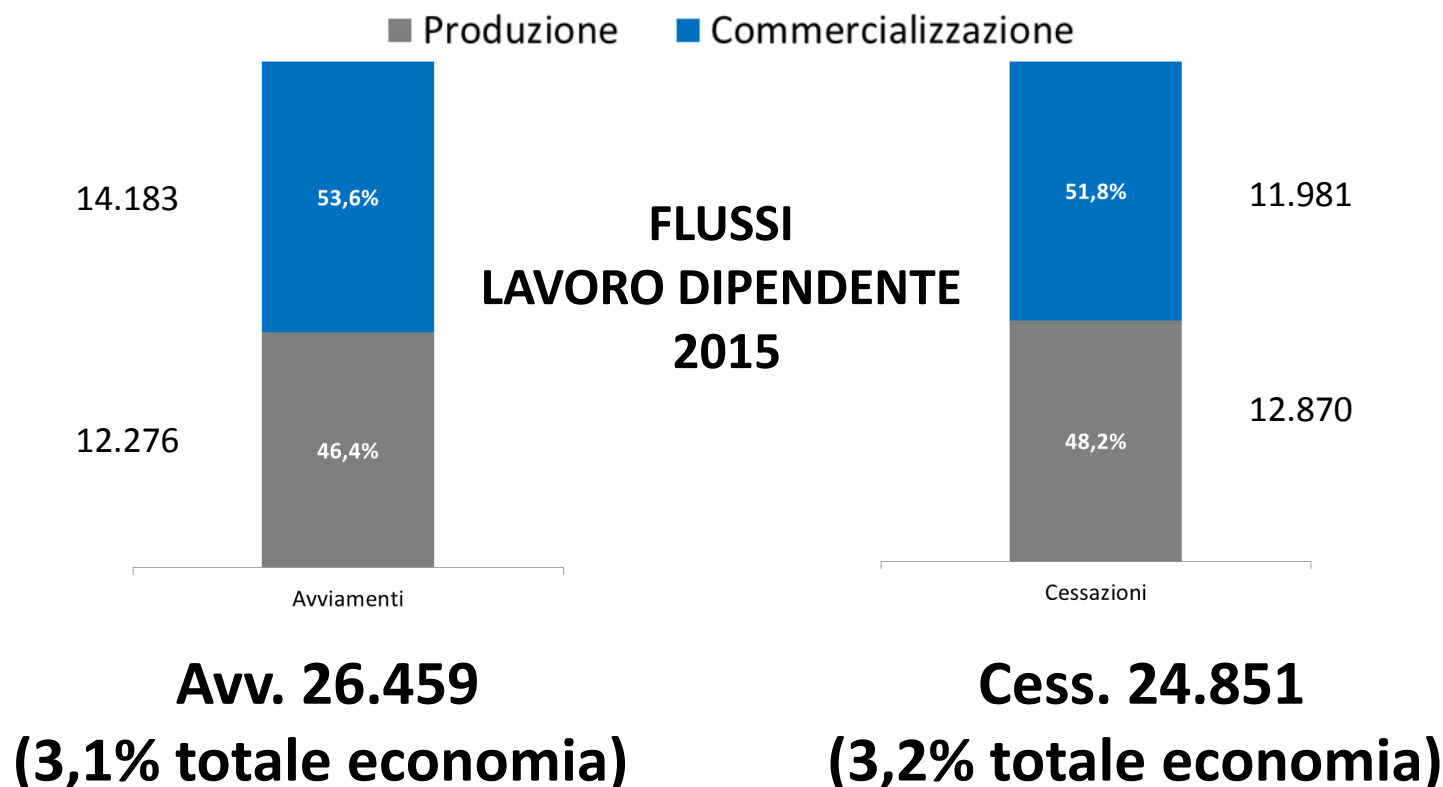
ORDINI ESTERI



LA DOMANDA DI LAVORO DELLE IMPRESE DELLA FILIERA DELLA MODA

Domanda di lavoro del Sistema della Moda regionale

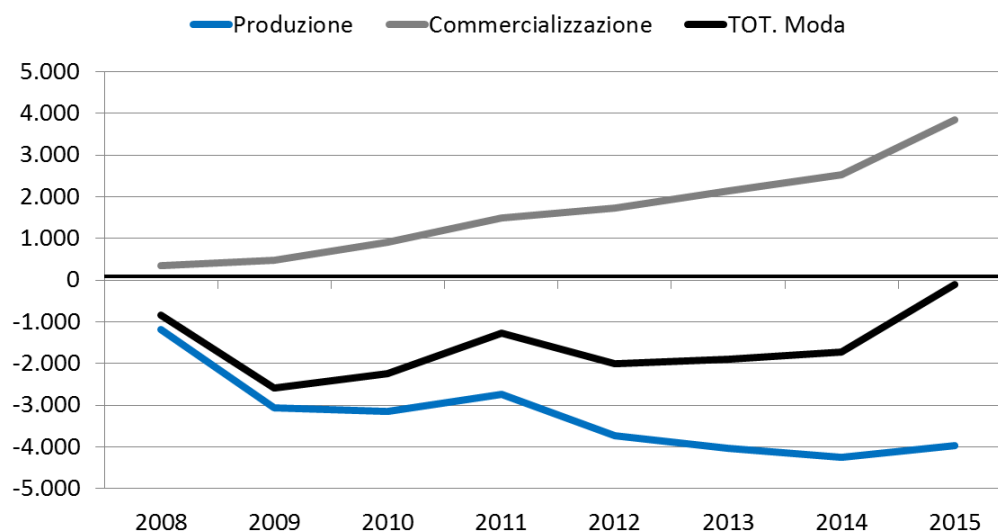
- Considerando sia la componente industriale che quella commerciale, le **imprese del sistema della Moda regionale** hanno determinato **nel corso del 2015 un flusso di circa 26,5mila nuovi contratti di lavoro dipendente**, pari al 3% dei flussi dell'intero sistema economico regionale. La quota di attivazioni generata dalle **imprese manifatturiere della filiera** rappresenta poco più del 46% degli avviamenti totali e del 48% delle cessazioni, mentre quella delle **imprese del commercio e della distribuzione** rappresenta la quota preponderante (53,6% di attivazioni, quasi il 52% di cessazioni).



Domanda di lavoro del Sistema della Moda regionale

- Rispetto al periodo pre-crisi, a livello di intera filiera si è quasi interamente recuperato l'intero stock di posizioni lavorative perse dopo il 2008.
- Analizzando i dati a livello di singola componente, invece, si osserva come la **domanda cumulata delle imprese manifatturiere si sia progressivamente contratta negli anni**; viceversa **quella delle imprese commerciali – almeno per quanto riguarda il lavoro dipendente - sembra non avere risentito della crisi, con un incremento delle posizioni di lavoro rispetto al 2008**. Questo dato - è bene ricordarlo - riguarda la componente di *lavoro dipendente* (monitorabile attraverso le Comunicazioni obbligatorie); non è invece possibile monitorare la quota di *lavoro autonomo*, in progressivo calo (come indicato dalla rilevazione sulle forze di lavoro ISTAT), che rappresenta una componente significativa (e in alcuni casi preponderante) tra le imprese commerciali della filiera.

Posizioni di lavoro dipendente, numeri indice, saldo cumulato su dati grezzi – base 2007=0 (*Gen-Sett 2016)

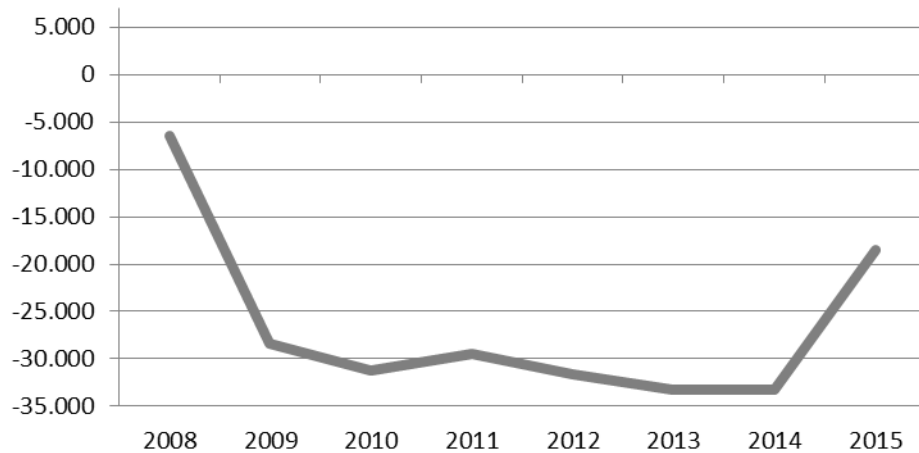


Industria della Moda

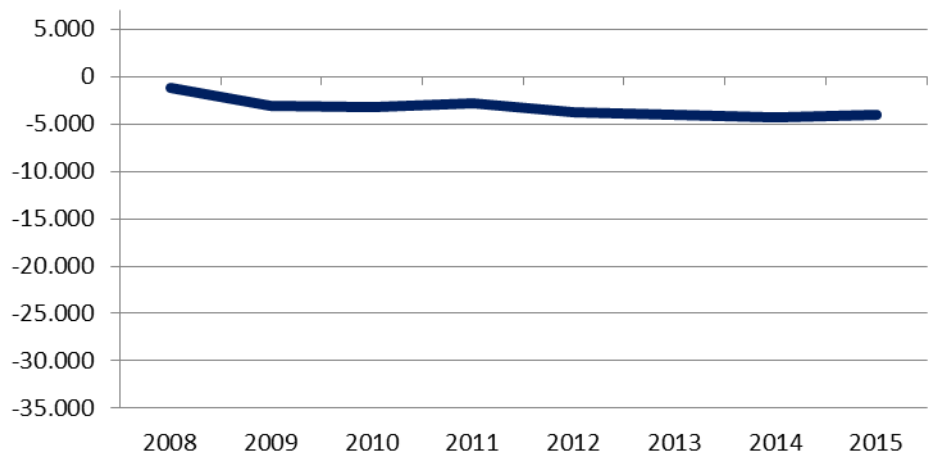
dinamica delle posizioni di lavoro dipendente

*Numeri indice, saldo cumulato su dati grezzi – base 2007=0 (*Gen-Sett 2016)*

Industria manifatturiera



Industria della moda

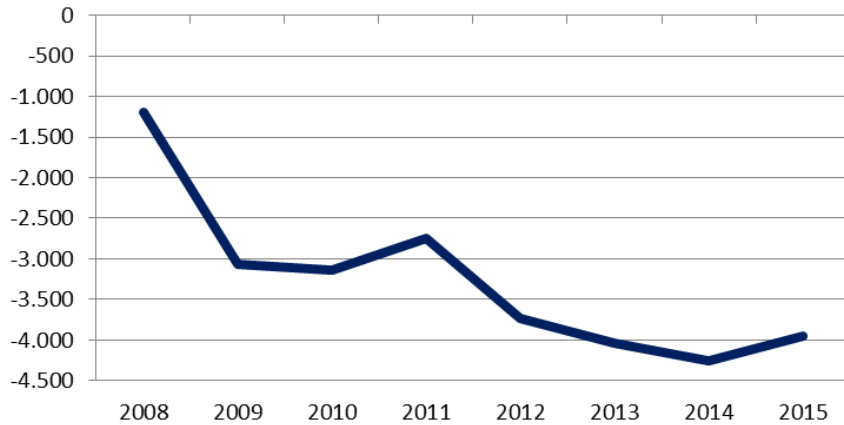


- In termini di **posizioni di lavoro dipendente create o perse**, le dinamiche dell'industria della moda e del manifatturiero regionale sono abbastanza simili.
- Il recupero delle posizioni di lavoro osservato nel 2015 è stato più contenuto tra le **imprese manifatturiere della filiera**, rispetto all'andamento dell'intero settore manifatturiero. Alla fine del 2015 mancano ancora quasi 4 mila posizioni di lavoro dipendente rispetto al 2008 (18,5mila nel settore manifatturiero).
- Tra i comparti della componente industriale, rispetto al livello pre-crisi mancano quasi 2mila posizioni di lavoro dipendente nell'**industria dell'abbigliamento**, 1.300 in **quella tessile** e poco meno di un centinaio di posizioni in quella **delle pelli e delle calzature**.

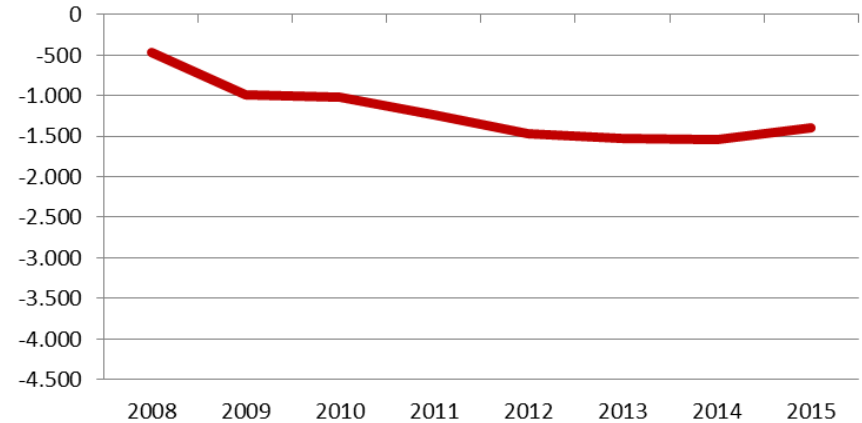
Industria della Moda

Posizioni di lavoro dipendente, numeri indice, saldo cumulato su dati grezzi – base 2007=0 (*Gen-Sett 2016)

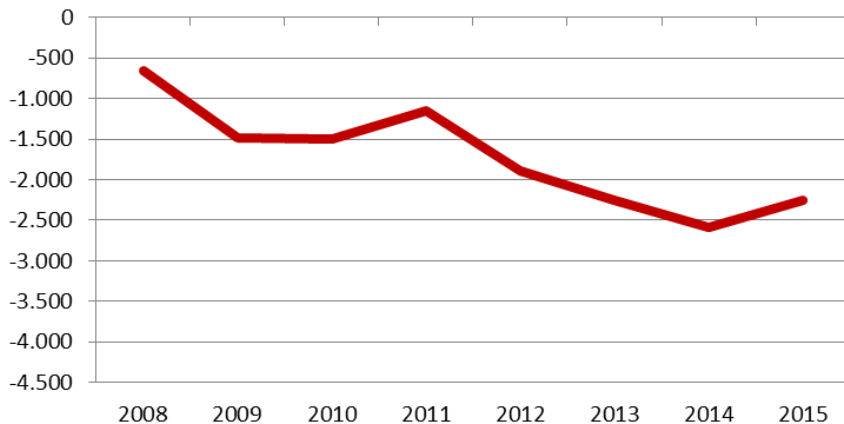
Industria della moda



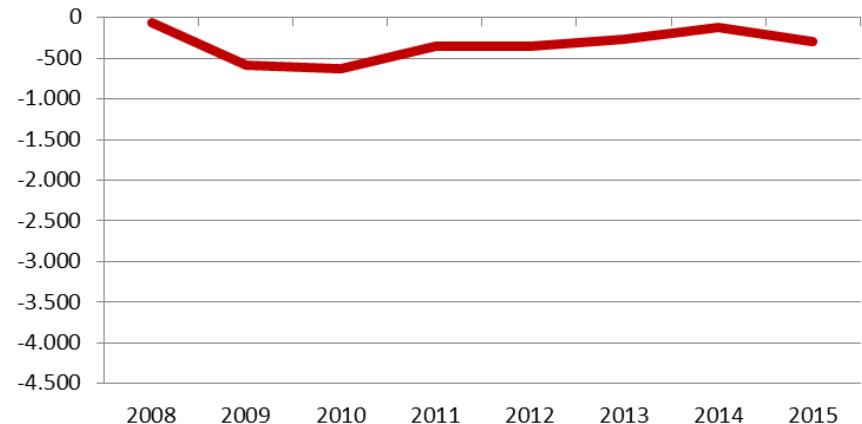
Tessile



Abbigliamento



Calzature e accessori in pelle



Domanda di lavoro nel 2016 - Industria della Moda

- Nei **primi nove mesi del 2016**, anche come conseguenza del boom di nuove attivazioni di contratti a tempo indeterminato nella parte finale del 2015, si è rilevata una **riduzione dei flussi di avviamenti e cessazioni in tutto il sistema economico regionale** (e nazionale). Tale contrazione è stata maggiore tra le imprese industriali del sistema moda rispetto alla dinamica dell'intero settore manifatturiero regionale.
- Nonostante tale contrazione di avviamenti e cessazioni **il saldo delle posizioni di lavoro è comunque positivo per tutti i comparti (tessile, abbigliamento, pelle e calzature)**. Il recupero di posizioni di lavoro perse con la crisi continua anche se ad un ritmo leggermente inferiore allo scorso anno (nel caso dell'industria della pelle e delle calzature, invece, si passa da un saldo parziale negativo nel 2015 ad uno positivo nel 2016).

Flussi di contratti di lavoro dipendente (1°-3° trimestre 2016)

		Tessile	Abbigliamento	Calzature e accessori	Totale Moda	Industria manifatturiera
Avviamenti	n.	1.583	5.191	1.661	8.435	117.723
	<i>Var. % rispetto a I-III trim. 2015</i>	-1,9%	-14,3%	+0,1%	-9,9%	-3,7%
Cessazioni	n.	1.522	4.932	1.452	7.906	93.811
	<i>Var. % rispetto a I-III trim. 2015</i>	+0,3%	-14,8%	-16,9%	-12,7%	-2,5%
Posizioni lavorative	Saldo 2016	61	259	209	529	23.912
	<i>Saldo 2015</i>	96	301	-88	309	26.064

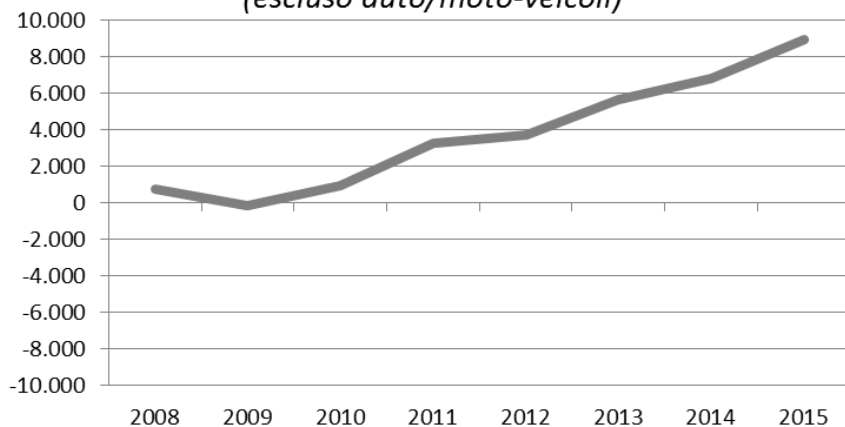
Commercio e distribuzione della Moda

dinamica delle posizioni di lavoro dipendente

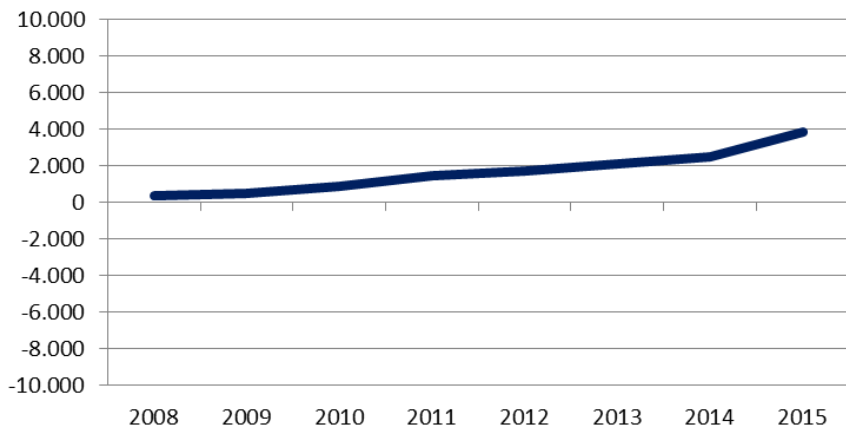
*Numeri indice, saldo cumulato su dati grezzi – base 2007=0 (*Gen-Sett 2016)*

Totale Commercio

(escluso auto/moto-veicoli)



Commercializzazione moda

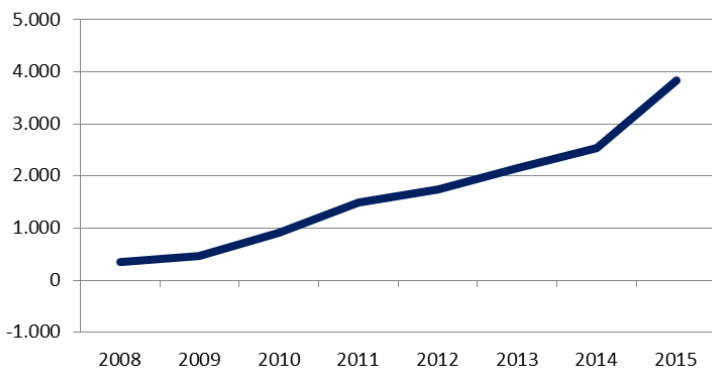


- Le imprese afferenti alla **componente commerciale della filiera della moda** hanno visto progressivamente accrescere lo stock di posizioni di lavoro dipendente, evidenziando una dinamica abbastanza simile all'intero settore commerciale.
- A fine 2015 si contano 3,8mila **posizioni di lavoro dipendenti** in più rispetto al periodo pre-crisi. Il principale contributo è stato fornito dalle **imprese del commercio al dettaglio** (+2.200 posizioni) e da quelle del **commercio all'ingrosso** (+1.300). Più limitata la crescita delle posizioni di lavoro tra gli **ambulanti** (+400 posizioni circa), dove risulta essere significativa la quota di lavoro autonomo (non tracciata con i dati del SILER), come anche tra gli **agenti e rappresentanti** della Moda, il cui saldo cumulato delle posizioni di lavoro dipendente è sostanzialmente sul livello del 2008.

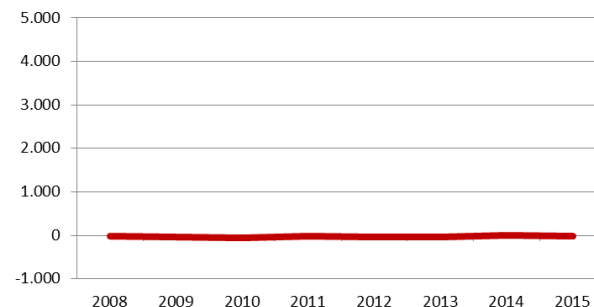
Commercio e distribuzione della Moda

Posizioni di lavoro dipendente. Numeri indice, saldo cumulato su dati grezzi – base 2007=0 (*Gen-Sett 2016)

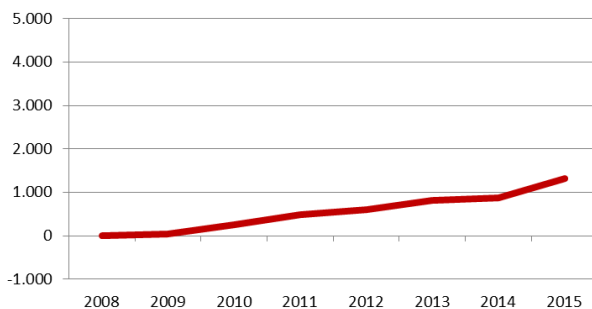
Commercializzazione moda



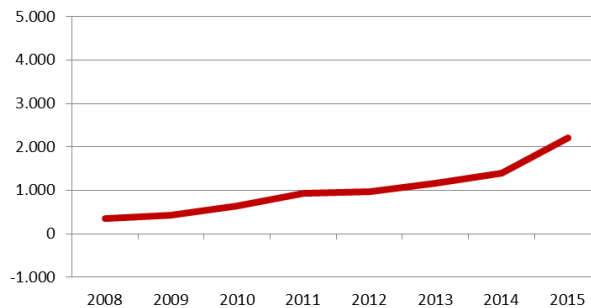
Agenti e rappresentanti



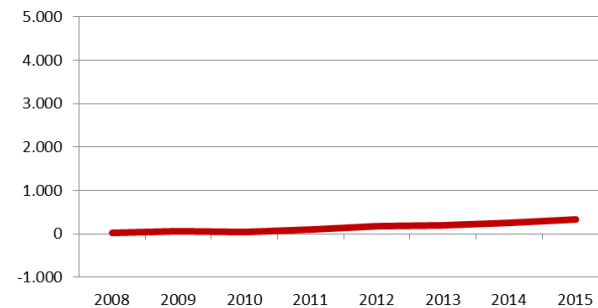
Commercio Ingrosso (Moda)



Commercio dettaglio (Moda)



Commercio ambulante (Moda)



Domanda di lavoro nel 2016 – Commerc. Moda

- Nel corso del 2016 i **flussi complessivi di avviamenti e cessazioni di contratti di lavoro dipendente** tra le imprese regionali del commercio del sistema moda sono cresciuti, grazie essenzialmente alla maggior movimentazione nell'ambito delle imprese del **commercio al dettaglio** (che ha compensato la contrazione del numero assoluto di avviamenti e cessazioni negli altri comparti).
- Il **saldo a fine settembre è stato positivo** (+419 posizioni di lavoro), ma inferiore a quello del medesimo periodo del 2015 (+708).

Flussi di contratti di lavoro dipendente (1°-3° trimestre 2016)

		MODA					COMMERCIO
		Agenti e rappr.	Comm. ingrosso	Comm. dettaglio	Ambulanti	TOT.	
Avviamenti	n.	103	1.614	9.040	400	11.157	57.652
	Var. % rispetto a I-III trim. 2015	-28,0%	-12,2%	18,0%	-14,2%	10,4%	15,0%
Cessazioni	n.	91	1.389	8.919	339	10.738	44.110
	Var. % rispetto a I-III trim. 2015	-46,8%	-4,4%	21,2%	-18,9%	14,2%	1,5%
Posizioni lavorative	Saldo 2016	12	225	121	61	419	13.542
	Saldo 2015	-28	386	302	48	708	6.687

Fonte: elaborazioni su dati SILER-CRISP

L'INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELL'INDUSTRIA DELLA MODA

Esportazioni dell'Industria della Moda

Congiuntura gennaio-settembre 2016

- Nei **primi nove mesi del 2016**, l'**industria regionale della Moda** ha esportato oltre **4,8 miliardi di euro** di beni, l'**11,5%** delle vendite totali all'estero della regione. L'export regionale della Moda rappresenta il **13,1% delle esportazioni nazionali** (l'Emilia-Romagna è il 4° regione italiana per esportazioni del settore, dopo Lombardia, Veneto e Toscana).
- La quota preponderante delle vendite del settore è rappresentata dagli **articoli di abbigliamento** (66,5%), con quasi **3,2 miliardi di euro** (che equivalgono al 21,6% delle vendite nazionali complessive del comparto).
- **Rispetto al medesimo periodo del 2015**, le **esportazioni regionali dell'industria della Moda sono cresciute del 4,1%** (+188mln di euro circa), più delle esportazioni totali regionali (+1,5%) e dell'export nazionale della Moda (+1,2%). Tra i comparti della filiera, mostrano una maggiore dinamicità le vendite di **calzature** (con una crescita del +15,0%, dopo un difficile 2015) e quelle di **articoli di abbigliamento** (+4,4%). In contrazione, invece, l'export di **accessori in pelle** (-4,6%), con una intensità maggiore di quella rilevata a livello nazionale (-1,1%).

Export dell'Industria della Moda (gennaio – settembre 2016, prezzi correnti)

	Emilia-Romagna				Italia	
	Euro 2016	% su tot Export E-R	% sul totale nazionale	Var. % 2016/2015	% su tot Export Italia	Var. % 2016/2015
Prodotti tessili (CB13)	408.022.514	1,0%	5,5%	+3,3%	2,4%	+1,5%
Articoli di abbigliamento (CB14)	3.198.795.830	7,7%	21,6%	+4,4%	4,8%	+1,6%
Articoli in pelle (CB151)	644.645.147	1,5%	8,7%	-4,6%	2,4%	-1,1%
Calzature (CB152)	555.644.711	1,3%	7,8%	+15,0%	2,3%	+2,8%
Totale Industria Moda	4.807.108.202	11,5%	13,1%	+4,1%	11,9%	+1,2%

Fonte: elaborazione su dati ISTAT, Coeweb

Esportazioni dell'Industria della Moda

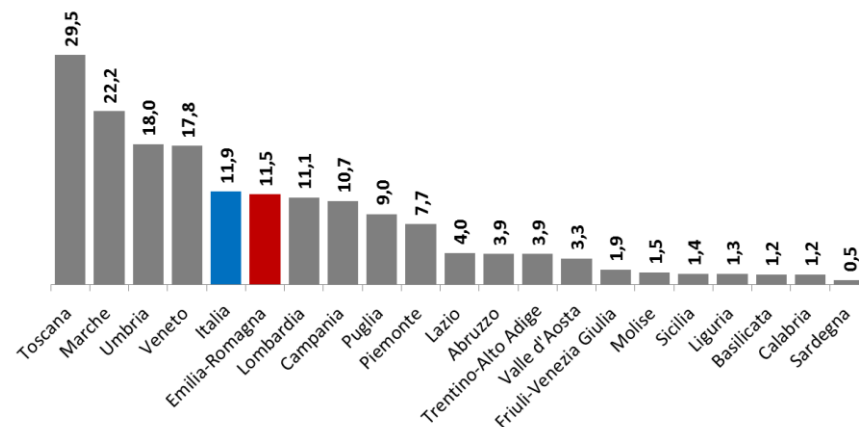
Congiuntura gennaio-settembre 2016

- L'Emilia-Romagna è il **4° regione italiana per valore dell'esportazioni del settore** (dopo Lombardia, Veneto e Toscana) e **5° per incidenza dell'export della Moda sulle vendite totali regionali** (dopo Toscana, Marche, Umbria e Veneto).
- Tra le regioni che esportano di più nell'industria della Moda, **l'Emilia-Romagna è la seconda per crescita delle vendite di prodotti della moda nei primi 9 mesi del 2016** (+4,1% rispetto al medesimo periodo del 2015), dietro alla Lombardia (+4,7%). Tra le altre regioni, il Veneto resta sostanzialmente stabile (+0,1%), mentre in Toscana, in Piemonte e nelle Marche la variazione ha segno negativo.

Export dell'Industria della Moda
(gennaio – settembre 2016, prezzi correnti)

	Euro	% su tot Italia	Var. % 2016/2015
Lombardia	9.217.671.112	25,1%	+4,7%
Veneto	7.652.640.656	20,9%	+0,1%
Toscana	7.203.652.655	19,6%	-1,0%
Emilia-Romagna	4.807.108.202	13,1%	+4,1%
Piemonte	2.513.656.795	6,9%	-1,1%
Marche	1.974.120.909	5,4%	-4,8%
Italia	36.676.578.463	100%	+1,2

Incidenza % export moda su export totale per regione
(dati gennaio-settembre 2016)



Esportazioni dell'Industria della Moda

Dove si esporta (gennaio-settembre 2016)

- L'area principale di riferimento per le esportazioni è quella dell'**Europa** (74,9% delle esportazioni totali dell'industria della Moda).
- L'**Asia** rappresenta il secondo continente di destinazione (17,4%); la **parte orientale** assorbe il 13,2% delle esportazioni totali del settore.
- In entrambi questi continenti, le **vendite di prodotti industriali della moda è in crescita** (+5,9% in **Europa**; +1,9% in **Asia** e +6,1% nella **parte orientale**), dopo un 2015 in cui si erano contratte. In decisa contrazione l'export verso l'**America** (-7,6%; -6,2% verso l'**America settentrionale**).
- Tra i primi 10 paesi verso cui l'Emilia-Romagna esporta maggiormente le proprie produzioni della Moda si trovano sei membri dell'**UE**, includendo anche il Regno Unito (**1° Francia; 2° Germania; 3° Regno Unito**).
- **Quinto mercato per importanza è quello russo** (ma era il secondo solo nel 2014), dove continuano a ridursi le esportazioni (-1,6%), anche se meno di quanto osservato l'anno prima (-34,1%).
- All'interno del gruppo di testa, **le esportazioni regionali crescono maggiormente verso la Germania** (+11,0%), il **Regno Unito** (+5,8%), la **Spagna** (+10,5%), la **Romania** (13,0%). **Contrazioni significative** verso gli **Stati Uniti** (-6,9%) e **Paesi Bassi** (-21,0%).

Peso export per aree di destinazione (gennaio-settembre 2016)			
UE 28		Paesi Europei non UE	Totale Europa
62,9%		11,9%	74,9%
Asia orientale	America Settentrionale	Medio Oriente	Altri paesi
13,2%	5,8%	3,6%	2,5%

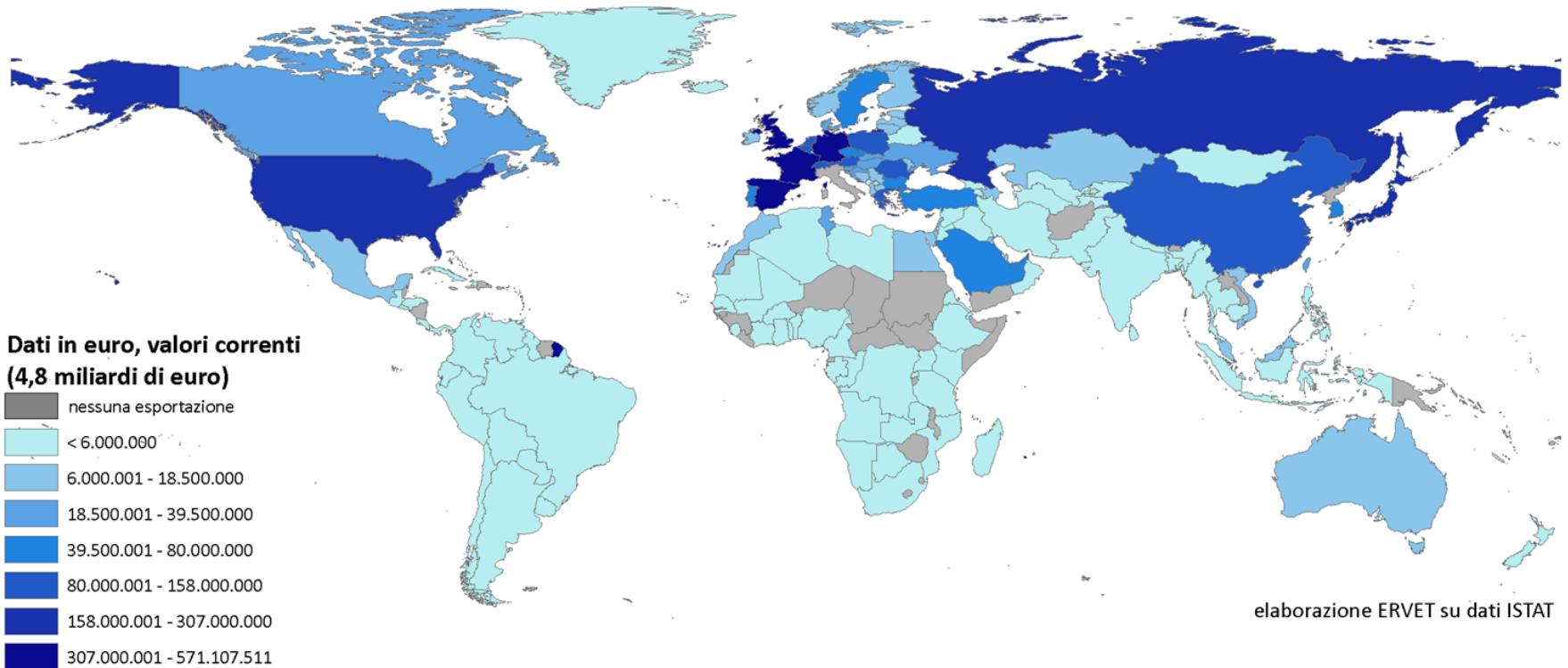
Variazione % export per aree di destinazione (gennaio-settembre 2016 su 2015)			
UE 28		Paesi Europei non UE	Totale Europa
+6,5		+3,0	+5,9
Asia orientale	America Settentrionale	Medio Oriente	Altri paesi
+6,1	-6,2%	-2,5	-18,0%

Fonte: elaborazione ERVET su dati ISTAT, Coeweb

Esportazioni regionali dell'Industria della Moda

Dove si esporta?

Esportazioni della Moda dell'Emilia Romagna per paese di destinazione (Gennaio-Settembre 2016)



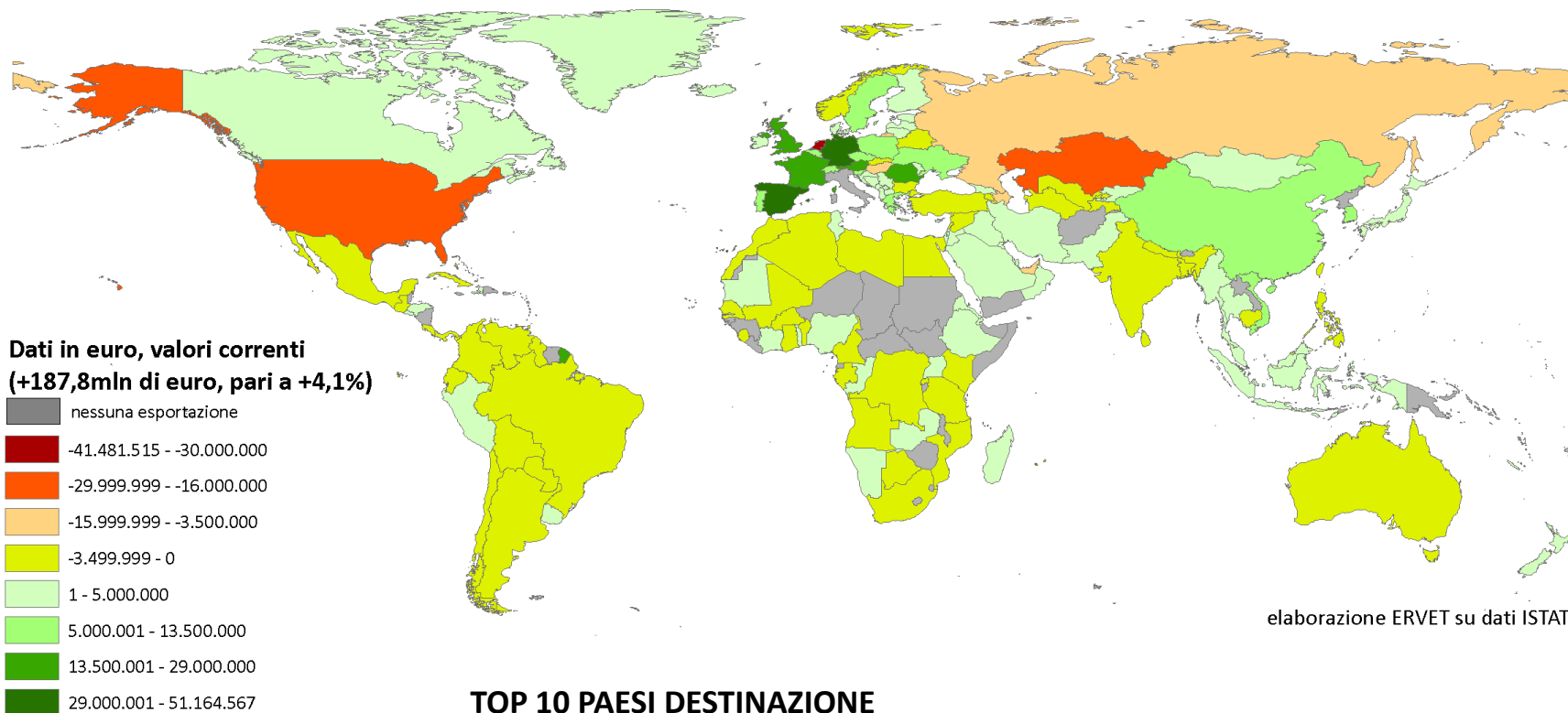
TOP 10 PAESI DESTINAZIONE (64% dell'export regionale)

1. Francia (571.107.511 euro – 11,9% del tot. regionale)	6. Stati Uniti (255.988.012 euro – 5,3%)
2. Germania (514.394.720 euro – 10,7%)	7. Hong Kong (230.823.305 euro – 4,8%)
3. Regno Unito (467.244.456 euro – 9,7%)	8. Giappone (158.805.927 euro – 3,3%)
4. Spagna (307.181.372 euro – 6,4%)	9. Paesi Bassi (155.900.410 euro – 3,2%)
5. Russia (286.902.152 euro – 6,0%)	10. Romania (148.325.125 euro – 3,1%)

Esportazioni regionali dell'Industria della Moda

Come stanno andando le esportazioni per paese?

Variazione % export della Moda dell'Emilia Romagna per paese di destinazione
(Gen.-Sett. 2016 su anno precedente)



elaborazione ERVET su dati ISTAT

TOP 10 PAESI DESTINAZIONE

1. Francia (+19.612.518 euro; +3,6% rispetto a Gen-Sett 2015)	6. Stati Uniti (-18.836.792 euro; -6,9%)
2. Germania (+51.164.567 euro; +11,0%)	7. Hong Kong (+6.653.586 euro; +3,0%)
3. Regno Unito (+25.669.326 euro; +5,8%)	8. Giappone (+3.934.435 euro; +2,5%)
4. Spagna (+29.212.746 euro; +10,5%)	9. Paesi Bassi (-41.481.515 euro; -21,0%)
5. Russia (-4.593.137 euro; -1,6%)	10. Romania (+17.073.063 euro; +13,0%)

Esportazioni regionali di prodotti tessili per paese

gennaio – settembre 2016

PAESI	Gennaio - Settembre				
	2014	2015	2016	Quota % su tot	Var. % tendenziale
Romania	83.035.410	81.337.779	93.468.993	22,9%	+14,9%
Stati Uniti	26.768.185	32.743.705	29.759.572	7,3%	-9,1%
Bulgaria	27.896.718	24.228.864	21.709.026	5,3%	-10,4%
Hong Kong	17.907.132	21.751.678	17.673.259	4,3%	-18,7%
Tunisia	16.578.720	15.853.679	17.338.708	4,2%	+9,4%
Turchia	13.804.369	14.701.807	16.593.264	4,1%	+12,9%
Francia	14.815.353	14.027.765	16.233.963	4,0%	+15,7%
Germania	15.246.625	14.360.106	15.587.812	3,8%	+8,5%
Portogallo	13.491.003	13.191.542	14.148.082	3,5%	+7,3%
Bosnia-Erzegovina	9.594.534	10.843.262	13.034.008	3,2%	+20,2%
MONDO	388.284.058	395.116.272	408.022.514	100%	+3,3%
EUROPA	274.345.377	268.707.249	294.116.930	72,1%	+9,5%
ASIA	60.731.399	63.978.688	54.726.460	13,4%	-14,5%
AMERICA	28.253.347	35.563.759	31.508.951	7,7%	-11,4%
AFRICA	24.526.802	26.021.445	26.906.430	6,6%	+3,4%
OCEANIA	427.133	845.131	763.743	0,2%	-9,6%
UE 28	223.463.504	218.576.942	236.122.396	57,9%	+8,0%
Area Euro 19	77.022.786	76.608.691	87.771.384	21,5%	+14,6%

Fonte: elaborazione su dati ISTAT, Coeweb

- Tra i principali mercati di destinazione dei prodotti tessili vi sono **Paesi a basso costo del lavoro** (Romania, Bulgaria, Tunisia, Turchia), che indicano la presenza di **catene internazionali del valore**. Le imprese regionali esportano semilavorati che vengono lavorati in quei Paesi, per poi essere re-importati, ultimati, e rivenduti sotto-forma di prodotti finiti (anche all'estero, ma non negli stessi Paesi a basso costo della manodopera, che infatti non figurano tra i principali acquirenti di Abbigliamento, Calzature e accessori, vedi slide successive).

Esportazioni "CB13 - Prodotti tessili"

Gennaio – Settembre, euro e var. %

- Positiva la dinamica dell'export del comparto verso l'Europa**, che concentra oltre il 72% di tutte le vendite della regione.
- Crescono le vendite di prodotti tessili verso la Romania** (+14,9%) che rappresenta il primo partner regionale per questo comparto (con una quota del 22,9% dell'export totale); come anche quelle **verso la Tunisia, la Turchia** (in controtendenza rispetto agli altri comparti ed all'export in generale) **e i paesi dell'UE** (+15,7% verso la Francia, +8,5% verso la Germania e +7,3% verso il Portogallo).
- Risultano in calo le esportazioni verso gli Stati Uniti** (-9,1%), **la Bulgaria e Hong Kong**, rispettivamente 2°, 3° e 4° partner della regione.

Esportazioni regionali di abbigliamento per paese gennaio – settembre 2016

PAESI	Gennaio - Settembre				
	2014	2015	2016	Quota % su tot	Var. % tendenziale
Francia	393.827.927	373.995.307	389.393.946	12,2%	+4,1%
Regno Unito	296.325.755	332.283.350	358.526.127	11,2%	+7,9%
Germania	305.837.460	316.779.915	356.088.676	11,1%	+12,4%
Spagna	199.239.638	218.946.554	235.704.027	7,4%	+7,7%
Russia	328.996.688	215.530.843	209.617.423	6,6%	-2,7%
Hong Kong	158.951.522	138.507.778	143.867.593	4,5%	+3,9%
Stati Uniti	125.017.881	147.112.653	135.916.575	4,2%	-7,6%
Paesi Bassi	127.496.239	150.119.177	118.596.237	3,7%	-21,0%
Giappone	114.910.972	107.403.613	102.670.352	3,2%	-4,4%
Belgio	88.505.424	84.019.201	90.131.806	2,8%	+7,3%
MONDO	3.139.113.630	3.065.274.317	3.198.795.830	100,0%	+4,4%
EUROPA	2.414.035.179	2.338.746.918	2.482.630.118	77,6%	+6,2%
ASIA	542.272.859	515.921.371	524.130.265	16,4%	+1,6%
AMERICA	152.332.538	178.051.919	164.175.705	5,1%	-7,8%
AFRICA	21.610.376	23.582.512	19.186.608	0,6%	-18,6%
OCEANIA	8.862.678	8.971.597	8.673.134	0,3%	-3,3%
<i>UE 28</i>	<i>1.894.368.635</i>	<i>1.953.253.556</i>	<i>2.099.630.105</i>	<i>65,6%</i>	<i>+7,5%</i>
<i>Area Euro 19</i>	<i>1.370.594.433</i>	<i>1.393.629.297</i>	<i>1.484.280.769</i>	<i>46,4%</i>	<i>+6,5%</i>

Esportazioni “CB14 - Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)”

Gennaio – Settembre, euro e var. %

- **L’export di articoli di abbigliamento è in crescita verso i paesi dell’Europa.** Tra i principali partner si consolidano le vendite verso la **Francia (+4,1%)**, il **Regno Unito (+7,9%)**, la **Germania (+12,4%)** e la **Spagna (+7,7%)**.
- **Prosegue la contrazione delle vendite verso la Russia (-2,7%)**, sebbene non più ai livelli osservati negli anni precedenti. **In calo anche l’export verso gli Stati Uniti (-7,6%)** e soprattutto verso i **Paesi Bassi**, che però avevano visto una forte crescita nell’anno precedente.

Esportazioni regionali di articoli in pelle per paese gennaio – settembre 2016

PAESI	Gennaio - Settembre				
	2014	2015	2016	Quota % su tot	Var. % tendenziale
Francia	99.888.799	104.284.076	100.513.068	15,6%	-3,6%
Germania	81.542.344	93.817.568	78.579.717	12,2%	-16,2%
Regno Unito	51.802.364	66.325.332	50.785.450	7,9%	-23,4%
Giappone	38.098.521	34.364.234	40.448.619	6,3%	+17,7%
Stati Uniti	31.041.489	42.334.260	39.873.241	6,2%	-5,8%
Spagna	29.762.053	33.068.951	34.383.943	5,3%	+4,0%
Hong Kong	27.395.483	30.387.090	33.272.802	5,2%	+9,5%
Cina	17.995.351	20.490.813	23.325.445	3,6%	+13,8%
Russia	25.789.450	19.825.403	22.365.352	3,5%	+12,8%
Paesi Bassi	20.561.401	25.845.699	18.410.963	2,9%	-28,8%
MONDO	622.369.574	675.907.749	644.645.147	100%	-4,6%
EUROPA	448.313.394	484.228.580	436.828.654	67,8%	-9,8%
ASIA	127.553.212	131.680.771	150.538.447	23,4%	+14,3%
AMERICA	36.913.693	48.874.360	45.157.563	7,0%	-7,6%
AFRICA	7.067.422	5.566.603	6.194.861	1,0%	+11,3%
OCEANIA	2.521.853	5.557.435	5.925.622	0,9%	+6,6%
UE 28	394.817.416	438.866.076	386.043.305	59,9%	-12,0%
Area Euro 19	299.581.930	328.459.312	294.988.610	45,8%	-10,2%

Esportazioni “CB151 - Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; pellicce preparate e tinte”

Gennaio – Settembre, euro e var. %

- Le **vendite di accessori in pelle**, dopo un 2015 positivo (+12,1% sull'intero anno), sono in calo nel 2016. **La contrazione è quasi tutta concentrata in Europa**, che rappresenta la prima area di sbocco.
- I primi tre partner sono infatti Francia, Germania e Regno Unito**, tutti e tre in calo. Particolarmente intensa la riduzione dell'export verso la **Germania** (-16,2%) ed il **Regno Unito** (-23,4%).

Esportazioni regionali di calzature per paese

gennaio – settembre 2016

PAESI	Gennaio - Settembre				
	2014	2015	2016	Quota % su tot	Var. % tendenziale
Francia	60.199.123	59.187.845	64.966.534	11,7%	+9,8%
Germania	33.919.324	38.272.564	64.138.515	11,5%	+67,6%
Regno Unito	35.844.839	36.929.546	50.726.588	9,1%	+37,4%
Stati Uniti	45.732.595	52.634.186	50.438.624	9,1%	-4,2%
Russia	79.476.556	50.021.824	49.374.606	8,9%	-1,3%
Hong Kong	29.069.185	33.523.173	36.009.651	6,5%	+7,4%
Spagna	18.994.127	18.853.937	27.802.527	5,0%	+47,5%
Paesi Bassi	15.620.629	19.273.084	16.993.636	3,1%	-11,8%
Cina	16.299.136	16.436.003	16.993.365	3,1%	+3,4%
Svizzera	19.715.345	9.957.549	15.421.849	2,8%	+54,9%
MONDO	524.411.950	483.011.590	555.644.711	100%	+15,0%
EUROPA	349.740.714	307.062.948	386.114.855	69,5%	+25,7%
ASIA	115.912.387	108.108.101	105.523.413	19,0%	-2,4%
AMERICA	53.261.401	61.763.436	58.642.127	10,6%	-5,1%
AFRICA	3.500.826	3.915.388	3.217.239	0,6%	-17,8%
OCEANIA	1.996.622	2.161.717	2.147.077	0,4%	-0,7%
UE 28	226.799.783	230.436.082	303.586.338	54,6%	+31,7%
Area Euro 19	168.287.358	171.623.394	221.374.476	39,8%	+29,0%

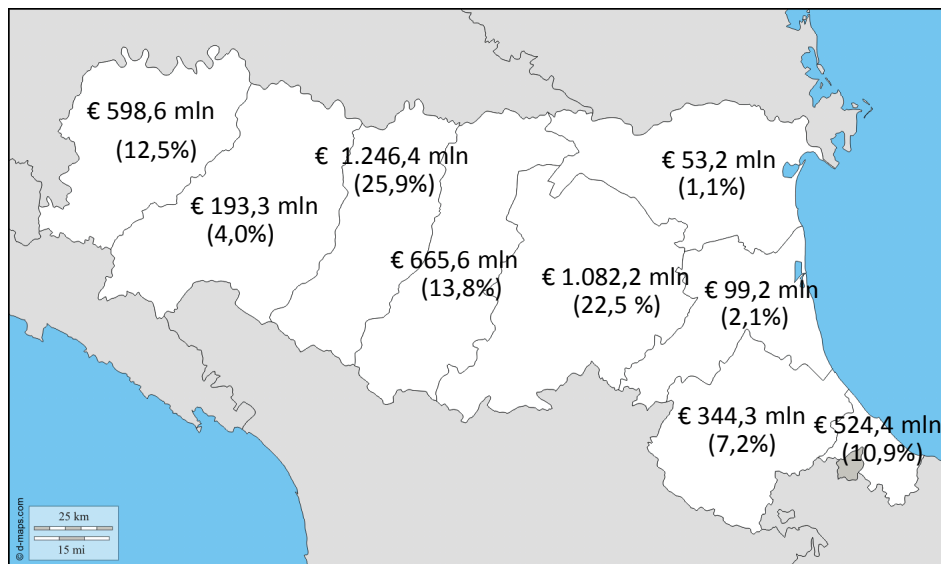
Esportazioni “CB152 - Calzature”

Gennaio – Settembre, euro e var. %

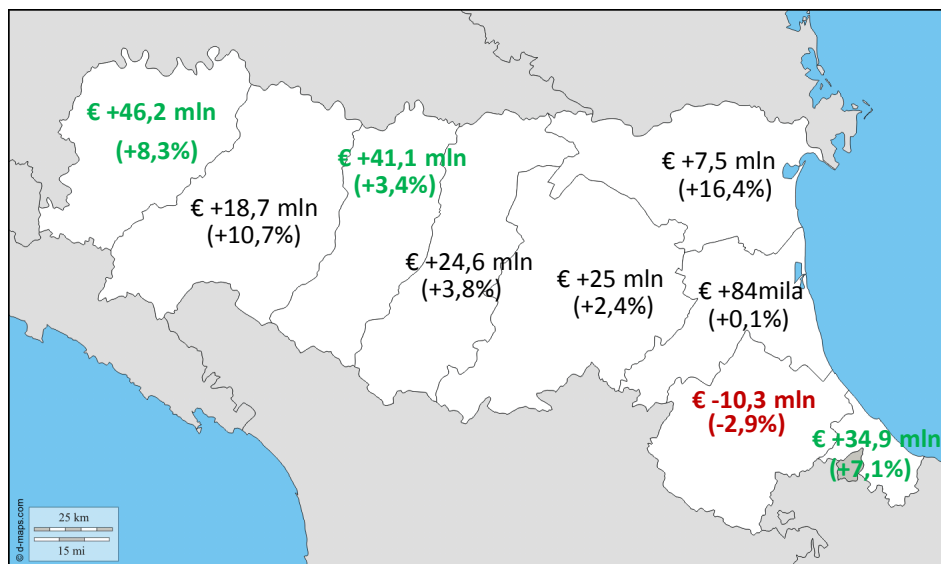
- Per le **Calzature**, la dinamica è opposta a quella osservata per gli accessori in pelle. In questo caso, dopo un 2015 difficile (-4,6%), **nei primi 9 mesi del 2016 le vendite all'estero sono in decisa crescita (+15,0%)**.
- In **Europa**, dove si concentrano poco meno del 70% delle vendite, l'aumento dell'export supera il 25%. Tra i **principali partner**, la **Francia** fa segnare +9,8%, ma **Germania** e **Regno Unito** fanno ancora meglio (rispettivamente +67,6% e +37,4%).

Export provinciale prodotti della Moda

Euro Gennaio-Settembre 2016 e quota % su tot. regionale



Variazione rispetto a Gennaio-Settembre 2015 (euro e %)

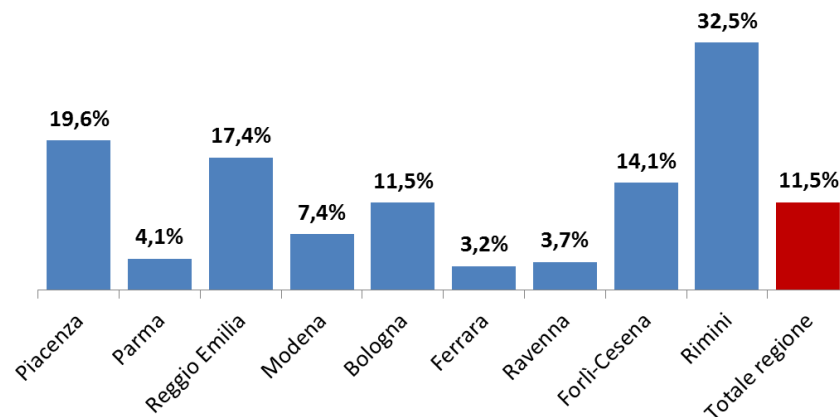


- I territori maggiori esportatori di prodotti della moda si confermano le province di **Reggio Emilia** (25,9% dell'export regionale), **Bologna** (22,5%).
- **Crescono più della media regionale del settore**, le esportazioni da **Piacenza** (+46,2 milioni di euro, pari a +8,3%) e da **Rimini** (+34,9 milioni di euro, pari a +7,1%).
- **In calo le vendite** all'estero dalle imprese di **Forlì-Cesena** (-10,3 milioni di euro, pari a -2,9%), a causa della fase di crisi del comparto delle **calzature** (che rappresenta quasi il 65% dell'export del settore), dove si concentrano oltre 9 milioni di euro di vendite in meno (-3,9%) rispetto ai nove mesi del 2015.

Export provinciale prodotti della moda

- Se a livello regionale l'export della moda copre una quota dell'**11,5%** delle vendite regionali complessive nel periodo gennaio-settembre 2016, tra le province si rileva una incidenza maggiore a Rimini, Piacenza, Reggio Emilia e Forlì-Cesena.
- La maggior parte delle province mostra una prevalenza dell'export di articoli di abbigliamento (con valori massimi a Rimini e Reggio Emilia), mentre a **Forlì-Cesena è il settore calzaturiero** a coprire poco meno di due terzi dell'export provinciale; a **Ravenna** (sebbene l'intero export provinciale rappresenti poco più del 2% del totale) oltre la metà delle vendite della filiera è coperto dai **prodotti tessili**.

% export moda su export totale per territorio
(gennaio - settembre 2016)



Ripartizione % export per comparto Moda (Gennaio-Settembre 2016)

	Prodotti tessili (CB13)	Articoli di abbigliamento (CB14)	Articoli in pelle (CB151)	Calzature (CB152)
Piacenza	11,4%	60,9%	17,4%	10,3%
Parma	4,7%	60,3%	25,4%	9,6%
Reggio Emilia	8,2%	82,7%	4,0%	5,0%
Modena	13,6%	72,8%	8,4%	5,3%
Bologna	3,9%	60,6%	25,9%	9,6%
Ferrara	3,5%	30,5%	41,4%	24,6%
Ravenna	53,0%	17,8%	6,9%	22,3%
Forlì-Cesena	4,5%	14,8%	16,0%	64,7%
Rimini	4,7%	88,1%	4,1%	3,2%
Totale regione	8,5%	66,5%	13,4%	11,6%

Export provinciale prodotti della moda

- A livello di comparto, nei primi 9 mesi del 2016 si è rilevata una dinamica particolarmente positiva dell'export di **articoli di abbigliamento** nelle province di Bologna (+41,7 milioni di euro, pari a +6,8%) e Rimini (+36,9 milioni di euro, pari a +8,7%).
- A Bologna, in netta contrazione le vendite di **accessori in pelle** che perdono oltre 58milioni di euro rispetto ai nove mesi del 2015 (-17,2%).
- La netta crescita delle vendite regionali all'estero di **calzature** (+15,0%) è il risultato di una buona performance dell'export della provincia di Bologna (+39 milioni di euro, pari a +60,0%), della provincia di Piacenza (+24,7 milioni di euro, pari a +67,2%) ed in misura minore delle altre province, che compensano la riduzione dell'export a Forlì-Cesena (-9 milioni di euro, pari a -3,9%) e Rimini (-4,3 milioni di euro, pari a -20,7%).

Variatione export per comparto e territorio (Gennaio-Settembre 2016 su anno precedente)

	Piacenza	Parma	Reggio Emilia	Modena	Bologna
Prodotti tessili (CB13)	1.994.433	1.310.626	7.521.755	- 3.673.023	2.624.617
Articoli di abbigliamento (CB14)	8.859.897	5.018.220	24.205.549	12.192.338	41.689.458
Articoli in pelle (CB151)	10.580.264	7.857.597	1.229.140	8.260.186	- 58.266.630
Calzature (CB152)	24.692.408	4.536.314	8.138.589	7.854.341	38.982.349
Totale Industria Moda	46.127.002	18.722.757	41.095.033	24.633.842	25.029.794

	Ferrara	Ravenna	Forlì-Cesena	Rimini	Totale regione
Prodotti tessili (CB13)	- 201.920	- 1.451.807	1.050.445	3.731.116	12.906.242
Articoli di abbigliamento (CB14)	4.151.919	- 284.134	755.055	36.933.211	133.521.513
Articoli in pelle (CB151)	2.937.588	600.297	- 3.005.007	- 1.456.037	- 31.262.602
Calzature (CB152)	590.536	1.219.727	- 9.067.951	- 4.313.192	72.633.121
Totale Industria Moda	7.478.123	84.083	- 10.267.458	34.895.098	187.798.274

Importazioni dell'Industria della Moda

Congiuntura gennaio-settembre 2016

- Tra gennaio e settembre 2016 le **importazioni in regione di beni industriali della moda** ammontano a 2,55 miliardi di euro, il 10,7% del totale delle importazioni regionali (10,9% delle importazioni nazionali).
- Rispetto al 2015, le **importazioni del settore industriale della Moda sono rimaste sostanzialmente stabili (+0,3%)**. A livello di comparto, sono in crescita le importazioni di **calzature (+7,2%)** e di **prodotti tessili (+3,8%)**.
- Tra i **principali Paesi** da cui l'Emilia-Romagna importa materie prime e prodotti dell'industria della moda, la **Cina** assorbe il 24,1% del totale, seguita dalla **Francia** (8,1%) e dalla **Romania** (6,7%).
- Rispetto allo scorso anno, **nel 2016 sono in calo le importazioni dalla Cina (-11,9%)**, mentre **sono in crescita quelle da Francia (+4,9%)** e **Romania (+13,8%)**.

Import dell'Industria della Moda (prezzi correnti)

	Emilia-Romagna			
	Euro 2016	% su tot Import E-R	% sul totale nazionale	Var. % 2016/2015
Prodotti tessili (CB13)	377.967.205	1,6%	7,2%	+3,8%
Articoli di abbigliamento (CB14)	1.624.693.185	6,8%	15,7%	-1,4%
Articoli in pelle (CB151)	277.884.874	1,2%	8,0%	-0,9%
Calzature (CB152)	278.483.196	1,2%	6,5%	+7,2%
Totale Industria Moda	2.559.028.460	10,7%	10,9%	+0,3%

Top 10 Paesi da cui l'Emilia-Romagna importa beni industriali della Moda

	Emilia-Romagna			
	Euro Gen. Sett. 2016	% IMP 2015	% IMP. 2016	Var. % 2016/2015
Cina	617.781.122	27,5%	24,1%	-11,9%
Francia	207.204.604	7,7%	8,1%	+4,9%
Romania	172.491.213	5,9%	6,7%	+13,8%
Bangladesh	137.073.382	5,4%	5,4%	-0,4%
Regno Unito	127.183.928	4,1%	5,0%	+20,4%
Germania	118.015.150	4,0%	4,6%	+14,5%
Spagna	110.193.393	3,8%	4,3%	+13,8%
Turchia	96.378.880	3,8%	3,8%	-0,9%
Danimarca	90.702.246	3,3%	3,5%	+7,7%
India	83.188.455	3,6%	3,3%	-10,4%

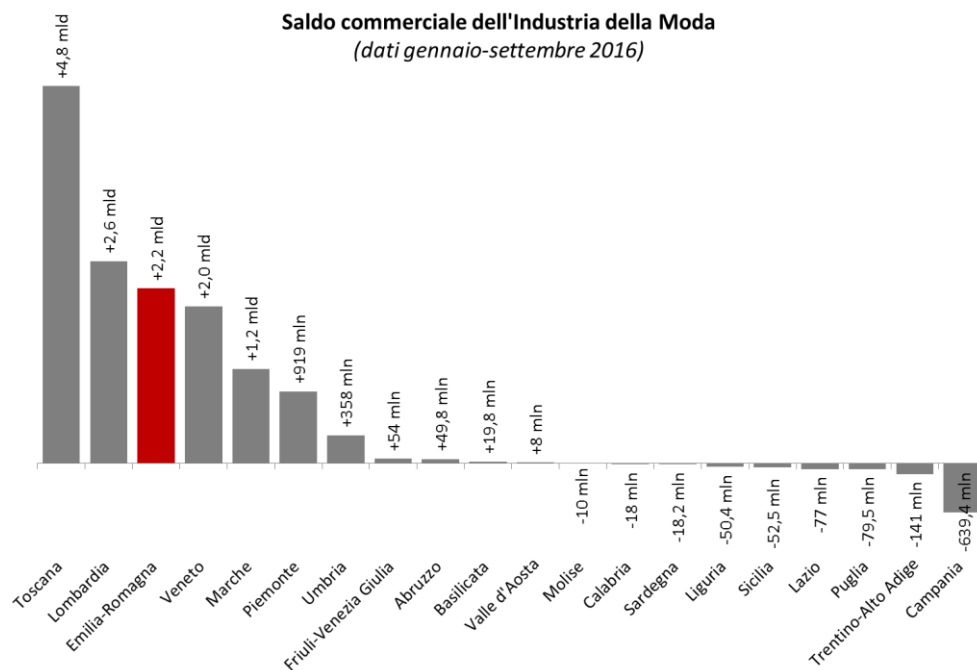
Saldo commerciale dell'Industria della Moda

Congiuntura gennaio-settembre 2016

- L'Emilia-Romagna è un **esportatore netto di prodotti dell'industria della Moda** (+2,2miliardi di euro nei primi nove mesi del 2016), terzo saldo tra le regioni italiane.
- Rispetto al 2015, il **saldo commerciale dell'industria regionale della Moda** è in crescita di 180 milioni di euro, soprattutto grazie al contributo degli articoli di abbigliamento.
- Tra i comparti, mostrano una dinamica differente quello dei **prodotti tessili** (il cui saldo commerciale cala di 936mila euro) e quello degli **articoli in pelle** (-28,7milioni di euro circa).

Export - Import dell'Industria della Moda (prezzi correnti)

	Gennaio-Settembre	
	2015	2016
Prodotti tessili (CB13)	30.991.713	30.055.309
Articoli di abbigliamento (CB14)	1.418.067.201	1.574.102.645
Articoli in pelle (CB151)	395.430.095	366.760.273
Calzature (CB152)	223.279.351	277.161.515
Totale Industria Moda	2.067.768.360	2.248.079.742

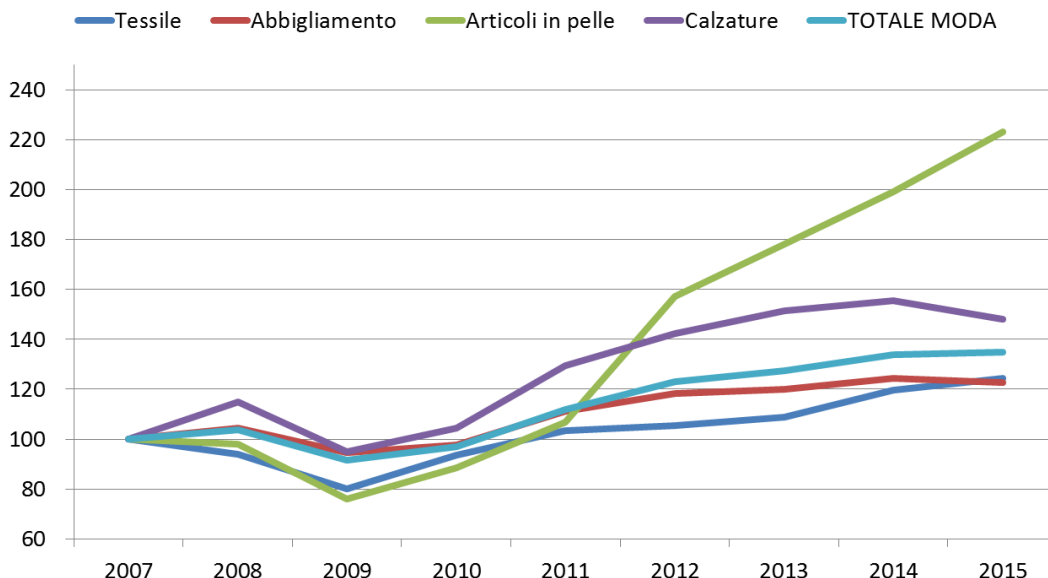


Esportazioni dell'Industria della Moda

Dinamica 2007-2015

- Nel 2014 la **Moda regionale** ha oltrepassato per la prima volta la soglia dei **6 miliardi di export** (11,5% del totale regionale).
- Il **comparto dell'abbigliamento** con quasi 4 miliardi vale il **65% del totale**.
- **In chiave dinamica il trend è nettamente positivo**: tutti i comparti hanno ampiamente superato i valori pre-crisi (2007-2008). Solo nel 2009 si è registrato un calo generalizzato.

Export per comparto 2007-2015 (numero indice, prezzi correnti, 2007=100)



- Il **comparto più dinamico è quello degli Articoli in pelle**, che ha più raddoppiato l'export rispetto al 2007 (+123,2%). Quello 'meno dinamico' l'Abbigliamento (+22,6%).

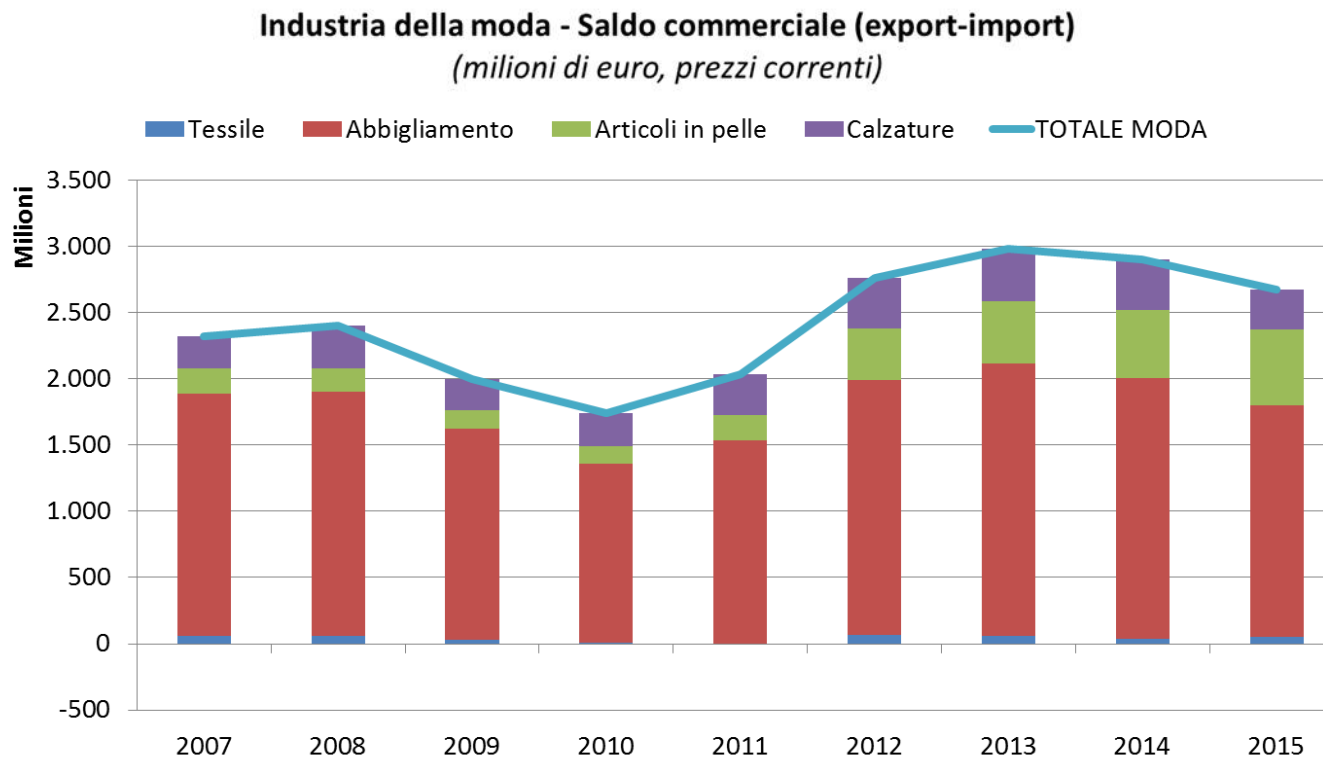
Export Moda: andamento 2007-2015 per comparto (valori in migliaia di euro, prezzi correnti)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Tessile	430.677.881	404.502.226	345.190.049	402.967.776	444.740.267	454.469.929	469.220.438	515.020.936	535.057.571
Abbigliamento	3.210.912.149	3.354.853.254	3.037.742.862	3.133.314.205	3.568.929.061	3.794.329.846	3.851.747.771	3.991.737.464	3.936.264.553
Articoli in pelle	424.313.098	416.413.965	322.677.771	375.796.987	453.660.087	666.413.897	755.997.947	844.934.967	947.011.715
Calzature	428.599.302	491.946.491	406.655.568	448.142.450	555.427.608	610.234.656	648.922.564	665.810.938	634.991.586
Tot. Moda	4.494.502.430	4.667.715.936	4.112.266.250	4.360.221.418	5.022.757.023	5.525.448.328	5.725.888.720	6.017.504.305	6.053.325.425

Saldo commerciale dell'Industria della Moda

Dinamica 2007-2015

- Il saldo commerciale dell'industria regionale della Moda:
 - ✓ cresce leggermente tra il 2007 e il 2010;
 - ✓ cala dal 2008 al 2010;
 - ✓ riprende a crescere fino al picco del 2013 (2.982.637.576 euro).
 - ✓ si riduce nel biennio successivo 2014-2015.

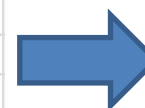


Paesi destinazione dell'export dell'Industria della Moda

Come è cambiata la TOP 10 dei partner destinatari dell'export regionale della moda tra il 2007 e il 2015?

I primi 10 partner nel 2007 che posizione occupano nel 2015 e qual è la quota di export di prodotti della moda che ricevono dall'Emilia-Romagna?

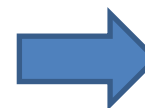
2007		
1°	Francia	11,0%
2°	Russia	9,7%
3°	Germania	7,8%
4°	Svizzera	7,5%
5°	Spagna	7,0%
6°	Regno Unito	6,3%
7°	Stati Uniti	5,0%
8°	Giappone	4,7%
9°	Grecia	3,2%
10°	Romania	2,9%
TOT.		65,3%



2015		
1°		11,8%
6°		6,0%
2°		10,2%
12°		2,3%
6°		5,8%
3°		10,1%
4°		6,4%
9°		3,3%
16°		1,5%
10°		2,9%
TOT.		60,1%

I primi 10 partner nel 2015 che posizione occupavano nel 2007 e qual è la quota di export di prodotti della moda che ricevevano dall'Emilia-Romagna?

2007	
1°	11,0%
3°	7,8%
6°	6,3%
7°	5,0%
2°	9,7%
5°	7,0%
11°	2,9%
13°	2,1%
8°	4,7%
10°	2,9%
TOT.	59,5%



2015		
1°	Francia	11,8%
2°	Germania	10,2%
3°	Regno Unito	10,1%
4°	Stati Uniti	6,4%
5°	Russia	6,0%
6°	Spagna	5,8%
7°	Hong Kong	4,8%
8°	Paesi Bassi	4,2%
9°	Giappone	3,3%
10°	Romania	2,9%
TOT.		65,2%

**ANALISI ECONOMICA-FINANZIARIA DI
UN PANEL 2008-2015 DI IMPRESE
DELLA MODA**

Le TOP aziende della Moda



ANALISI CAMPIONE DI SOCIETA' DI CAPITALE

Universo delle società di capitale con sede in E-R, con almeno un milione di ricavi 2015: **1.207**

CAMPIONE



734 società di capitali con dati di bilancio completi per gli anni 2008-2015

- **Ricavi 2015:** 7,7 miliardi di euro (pari al **79,4%** del totale regionale)
- **Dipendenti totali 2015:** circa 25,7mila (**75,6%** del totale)
- **Valore aggiunto 2015:** 1,6 miliardi di euro (pari all' **81,6%** del totale)
- **Utile netto 2015:** 287,3 milioni di euro (oltre il **100%** del totale**)

**infatti le società di capitali escluse dal campione evidenziano, in termini aggregati, una perdita netta

ANALISI CAMPIONE DI SOCIETA' DI CAPITALE

fotografia 2015

Imprese - numerosità

Classe Fatturato	Tessile	Abbigliamento	Calzature ed accessori	Macchinari	Ingresso	Dettaglio	Totale
Fino a 2 milioni	30	94	24	10	78	71	307
Da 2 a 10 milioni	27	103	37	9	81	61	318
Da 10 a 50 milioni	11	25	12	2	21	8	79
Oltre 50 milioni	1	12	6		8	3	30
Totale	69	234	79	21	188	143	734

Il comparto dell'*Abbigliamento* è quello con il più alto numero di imprese ed addetti (oltre un terzo degli addetti della filiera)

Dipendenti - numerosità

Classe Fatturato	Tessile	Abbigliamento	Calzature ed accessori	Macchinari	Ingresso	Dettaglio	Totale
Fino a 2 milioni	333	837	307	76	392	451	2.396
Da 2 a 10 milioni	704	2.236	1.021	151	962	1.247	6.321
Da 10 a 50 milioni	849	2.272	1.521	126	939	852	6.559
Oltre 50 milioni	358	4.252	1.299		2.985	1.499	10.393
Totale	2.244	9.597	4.148	353	5.278	4.049	25.669

Il *Commercio all'ingrosso* è il comparto con la quota di addetti più consistente nella classe di fatturato oltre i 50 milioni. Ricomprende infatti alcuni grandi marchi presenti sul mercato finale

Dipendenti - valore%

Classe Fatturato	Tessile	Abbigliamento	Calzature ed accessori	Macchinari	Ingresso	Dettaglio	Totale
Fino a 2 milioni	14,8%	8,7%	7,4%	21,5%	7,4%	11,1%	9,3%
Da 2 a 10 milioni	31,4%	23,3%	24,6%	42,8%	18,2%	30,8%	24,6%
Da 10 a 50 milioni	37,8%	23,7%	36,7%	35,7%	17,8%	21,0%	25,6%
Oltre 50 milioni	16,0%	44,3%	31,3%	0,0%	56,6%	37,0%	40,5%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

I *Macchinari* oltre ad essere il comparto con il numero più limitato di imprese, evidenziano la minor dimensione media per impresa

Dimensione media in termini di addetti

Classe Fatturato	Tessile	Abbigliamento	Calzature ed accessori	Macchinari	Ingresso	Dettaglio	Totale
Fino a 2 milioni	11,1	8,9	12,8	7,6	5,0	6,4	7,8
Da 2 a 10 milioni	26,1	21,7	27,6	16,8	11,9	20,4	19,9
Da 10 a 50 milioni	77,2	90,9	126,8	63,0	44,7	106,5	83,0
Oltre 50 milioni	358,0	354,3	216,5		373,1	499,7	346,4
Totale	32,5	41,0	52,5	16,8	28,1	28,3	35,0

ANALISI CAMPIONE DI SOCIETA' DI CAPITALE

variabili di bilancio 2008 – 2015 per classe di fatturato

- I dati di bilancio, sia di flusso (conto economico), che di stock (stato patrimoniale) delineano un quadro estremamente chiaro e coerente: le variazioni migliorano al crescere del fatturato delle imprese.
- In particolare l'andamento di fatturato ed EBITDA (margine operativo lordo) risulta molto critico per le piccole imprese (sotto i 10 milioni), mentre è molto positivo per le grandi
- Aumentano trasversalmente a tutte le classi (pur con intensità differenti), tutte le voci di stock, restituendo il quadro di un parco di imprese più patrimonializzate, ma con anche più debito
- In netto incremento anche il costo del personale (anche in questo caso in misura crescente con il fatturato), mentre si riducono gli oneri finanziari (effetto abbassamento tassi?)

Var.% 2015/2008	Fatturato	EBITDA	Oneri fin.	Costo personale	Tot. Attività	Patrim. netto	Tot. Debiti	Tot. Immobilizz.
Fino a 2 milioni	-17,8%	-48,5%	-28,7%	3,8%	8,3%	14,8%	3,0%	8,2%
Da 2 a 10 milioni	-2,2%	-25,7%	-27,4%	19,0%	10,3%	13,4%	6,4%	11,4%
Da 10 a 50 milioni	13,9%	-9,3%	-23,4%	32,1%	25,2%	29,3%	22,9%	5,5%
Oltre 50 milioni	27,7%	25,5%	-62,4%	55,6%	54,9%	113,0%	13,1%	33,4%
Tot. Campione	15,2%	6,7%	-41,7%	35,8%	34,9%	69,6%	13,1%	19,7%

ANALISI CAMPIONE DI SOCIETA' DI CAPITALE

variabili di bilancio 2008 – 2015 per comparto produttivo

- Il quadro per comparto produttivo risulta meno univoco. In termini di profittabilità l'*Abbigliamento* mostra segnali di difficoltà, con variazioni negative di fatturato e soprattutto EBITDA.
- Non si segnalano evidenti differenze di performance tra i comparti manifatturieri e quelli del commercio
- Il comparto delle *Calzature ed accessori* evidenzia gli andamenti più positivi, sia in termini di profittabilità operativa che di patrimonializzazione.
- Positivo anche l'andamento del *Tessile*, che evidentemente non cede ai settori più a valle tutta la quota di marginalità sul prodotto

Var.% 2015/2008	Fatturato	EBITDA	Oneri fin.	Costo personale	Tot. Attività	Patrim. netto	Tot. Debiti	Tot. Immobilizz.
Tessile	16,3%	23,5%	-46,6%	36,1%	21,6%	44,2%	3,9%	1,5%
Abbigliamento	-0,8%	-22,1%	-31,5%	26,0%	35,6%	72,3%	6,5%	34,9%
Calzature ed accessori	38,4%	61,7%	-49,0%	35,8%	49,8%	90,8%	33,0%	40,0%
Ingrosso	32,9%	23,7%	-42,5%	63,4%	41,8%	73,3%	21,6%	22,1%
Dettaglio	18,6%	41,4%	-57,1%	35,5%	18,0%	69,1%	3,1%	-4,9%
Tot. Campione	15,2%	6,7%	-41,7%	35,8%	34,9%	69,6%	13,1%	19,7%

ANALISI CAMPIONE DI SOCIETA' DI CAPITALE

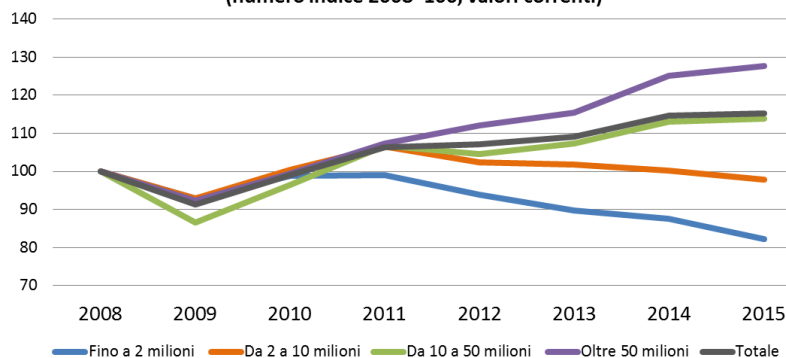
fatturato 2008-2015

- Dopo lo shock del 2009, il fatturato fa segnare variazioni annuali sempre positive, a livello di intero campione. +15,2% l'incremento sul 2008, grazie alla performance delle imprese più grandi
- Il comparto dell'*Ingresso* è quello ad aver risentito meno della crisi economica, mentre le *Calzature ed accessori* registrano l'aumento più consistente (+38,4%), pur avendo risentito più di tutti gli altri l'arrivo della crisi (var.% 2009/2008: -16,9%)

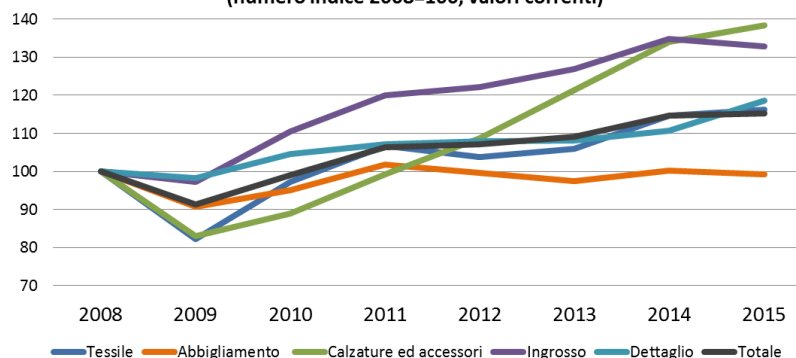
Variazione % del fatturato, per classe di fatturato e comparto produttivo

	Tot. Campione	Fino a 2 milioni	Da 2 a 10 milioni	Da 10 a 50 milioni	Oltre 50 milioni	Tessile	Abbigliamento	Calzature ed accessori	Ingresso	Dettaglio
2015/2014	0,6%	-6,1%	-2,4%	0,7%	2,1%	1,5%	-1,1%	3,3%	-1,5%	7,2%
2014/2013	5,1%	-2,5%	-1,6%	5,4%	8,3%	8,1%	3,0%	10,4%	6,3%	2,3%
2013/2012	1,8%	-4,4%	-0,6%	2,5%	3,1%	2,2%	-2,3%	11,7%	3,8%	0,4%
2012/2011	0,7%	-5,3%	-3,8%	-2,0%	4,4%	-2,7%	-2,1%	9,6%	1,9%	0,7%
2011/2010	7,6%	0,2%	6,1%	10,6%	7,9%	9,7%	7,2%	11,4%	8,5%	2,3%
2010/2009	8,4%	6,4%	8,0%	11,5%	7,7%	18,2%	4,8%	7,1%	13,7%	6,5%
2009/2008	-8,7%	-7,1%	-7,0%	-13,4%	-7,7%	-17,7%	-9,4%	-16,9%	-2,8%	-1,7%
2015/2008	15,2%	-17,8%	-2,2%	13,9%	27,7%	16,3%	-0,8%	38,4%	32,9%	18,6%

Panel Società di capitali - Fatturato 2008-2015 per classi di fatturato (numero indice 2008=100, valori correnti)



Panel Società di capitali - Fatturato 2008-2015 per classi di fatturato (numero indice 2008=100, valori correnti)

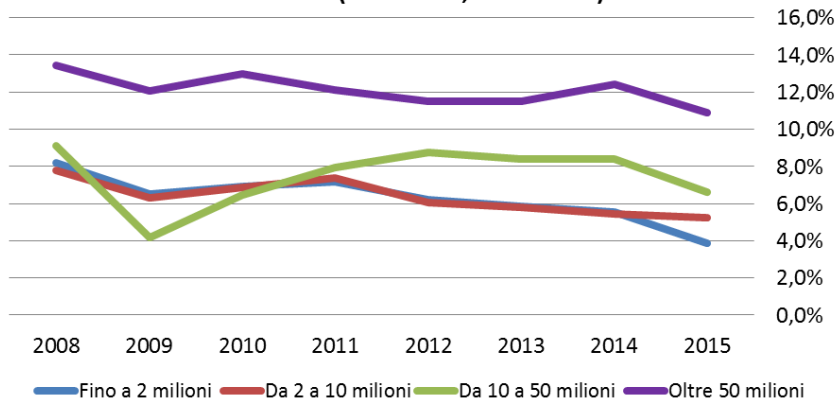


ANALISI CAMPIONE DI SOCIETA' DI CAPITALE

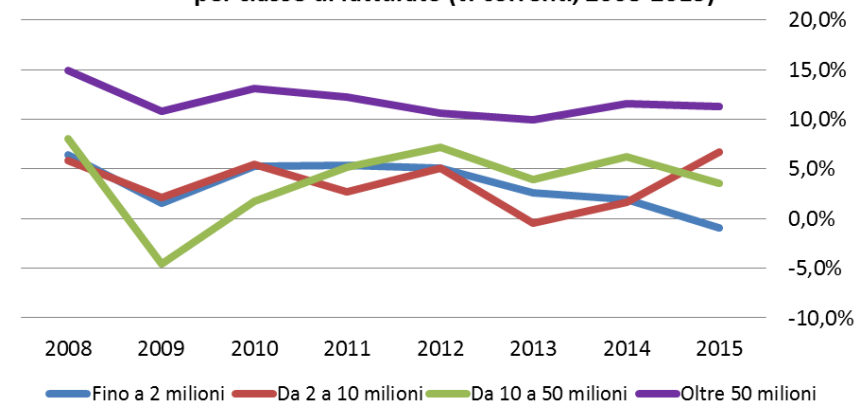
redditività 2008-2015

- Sia la redditività operativa (gestione caratteristica) che quella del capitale proprio (gestione caratteristica + finanziaria), tende a migliorare al crescere del fatturato.
- A livello di comparto, *l'Ingresso* e le *Calzature ed accessori* evidenziano i livelli più elevati di redditività; i *Macchinari* e il *Dettaglio* i più bassi

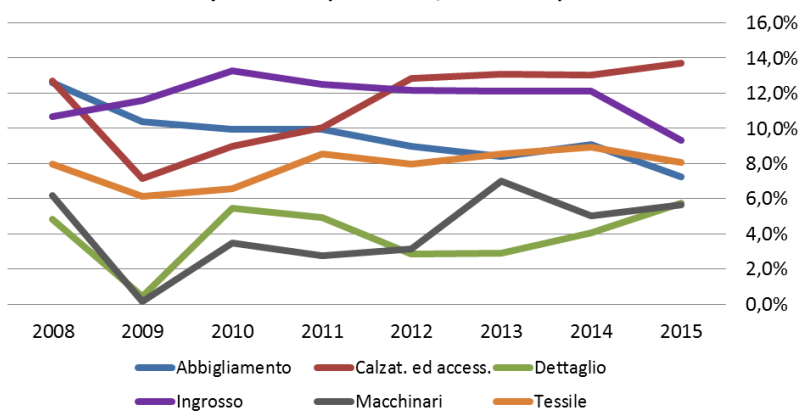
Redditività operativa (EBITDA/Tot. Attivo) per classe di fatturato (v. correnti, 2008-2015)



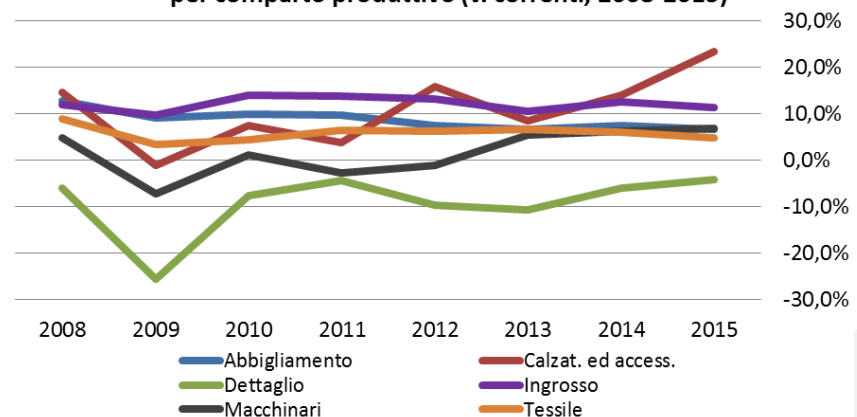
Redditività capitale proprio (Utile netto/patrimonio netto) per classe di fatturato (v. correnti, 2008-2015)



Redditività operativa (EBITDA/Tot. Attivo) per comparto produttivo (v. correnti, 2008-2015)



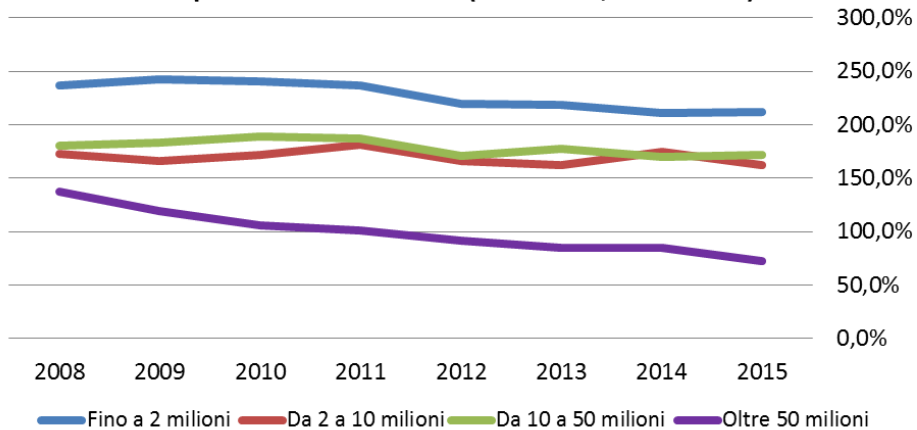
Redditività capitale proprio (Utile netto/patrimonio netto) per comparto produttivo (v. correnti, 2008-2015)



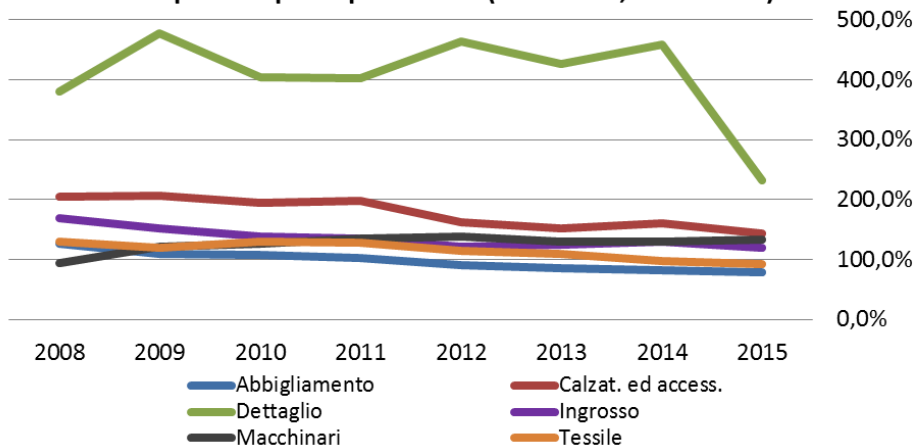
ANALISI CAMPIONE DI SOCIETA' DI CAPITALE

rapporto di indebitamento 2008-2015

Rapporto di indebitamento (Tot. debiti/patrimonio netto)
per classe di fatturato (v. correnti, 2008-2015)



Rapporto di indebitamento (Tot. debiti/patrimonio netto)
per comparto produttivo (v. correnti, 2008-2015)



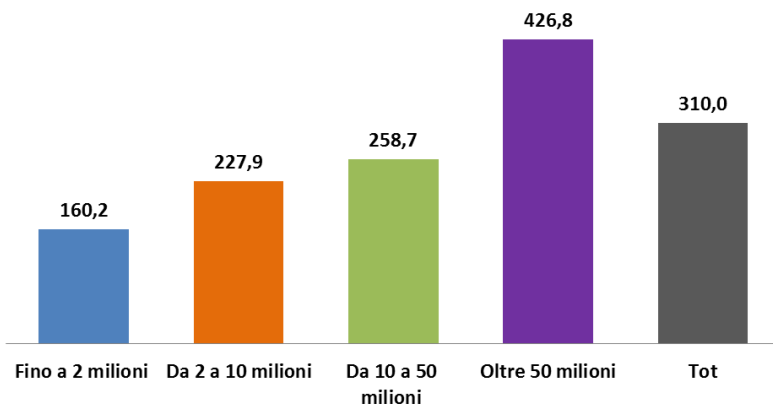
- Il rapporto di indebitamento aumenta al diminuire del fatturato dell'impresa: le grandi imprese sono quelle relativamente meno indebitate, al contrario delle microimprese
- In termini di comparto il *Commercio al dettaglio* mostra i più alti livelli di indebitamento, anche perché caratterizzato da business strutturalmente meno patrimonializzati (basso denominatore). Valori assimilabili per gli altri comparti

ANALISI CAMPIONE DI SOCIETA' DI CAPITALE

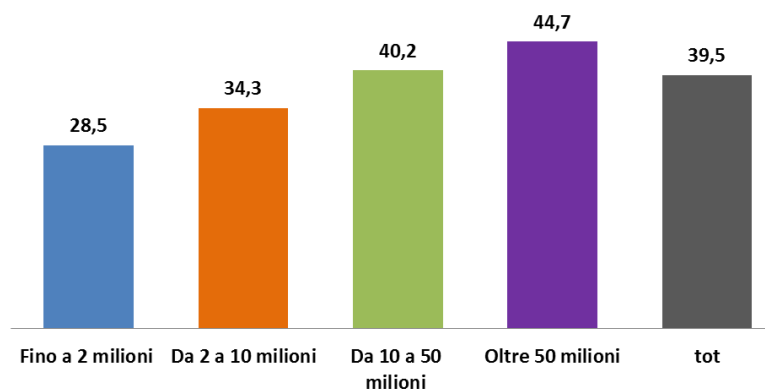
focus produttività 2015

- La produttività del lavoro (in entrambe le due declinazioni usate) aumenta al crescere del fatturato dell'impresa, con grande regolarità
- Meno lineare la distribuzione per comparto produttivo

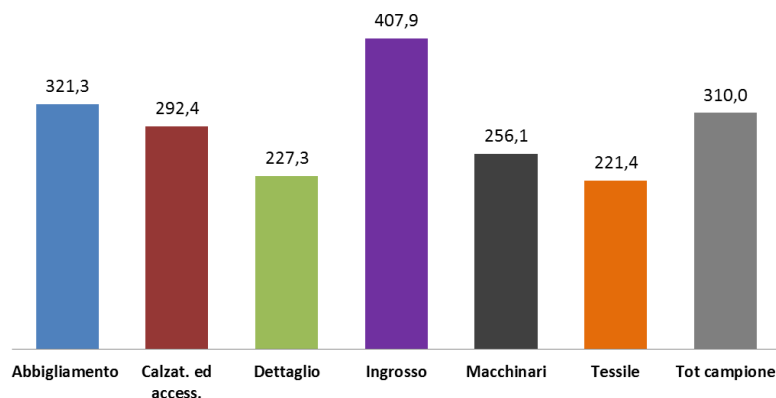
Produttività del lavoro (fatturato/dipendenti) per classe di fatturato nel 2015 (migliaia di euro, v. correnti)



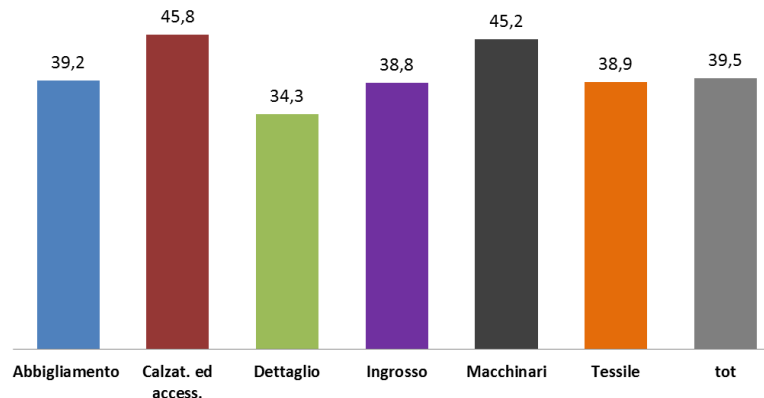
Produttività del lavoro (costo del personale/dipendenti) per classe di fatturato nel 2015 (migliaia di euro, v. correnti)



Produttività del lavoro (fatturato/dipendenti) per comparto produttivo nel 2015 (migliaia di euro, v. correnti)



Produttività del lavoro (costo del personale/dipendenti) per comparto produttivo nel 2015 (migliaia di euro, v. correnti)



ANALISI CAMPIONE DI SOCIETA' DI CAPITALE

vulnerabilità operativa e finanziaria

- Vulnerabilità operativa (OP): EBITDA < 0
- Vulnerabilità finanziaria (FIN) : Oneri finanziari/EBITDA > 50%

Quota % imprese	2015 - sane	2015 - Vuln. OP	2015 - Vuln. FIN	Totale
2008 - sane	60,6%(1)	9,5%(2)	6,8%(3)	76,9%
2008 - Vuln. OP	5,6%(4)	2,2%(5)	1,0%(6)	8,7%
2008 - Vuln. FIN	7,4%(7)	2,5%(8)	4,5%(9)	14,3%
Totale	73,5%	14,2%	12,3%	100,0%

- Il numero di imprese «sane» diminuisce dal 76,9% nel 2008 al 73,5% nel 2015 (-25 imprese)
- La diminuzione dipende dall'incremento significativo delle Vuln OP. (dal 8,7% del 2008 al 14,2% del 2015, +40 imprese), mentre diminuisce il numero delle Vuln. FIN (da 14,3% del 2008 al 12,3% del 2015, -15 imprese)
- Le 104 imprese Vuln. OP nel 2015 si distribuiscono in tutti i comparti, con una prevalenza relativa (rispetto al campione totale) nell'*Abbigliamento* e nel *Commercio all'ingrosso*.

SCENARI, OPPORTUNITA' E CRITICITA' PER L'INDUSTRIA DELLA MODA

Scenari nazionali del Tessile-Moda

Consuntivo 2015

- Secondo il bilancio settoriale elaborato da Sistema Moda Italia, l'industria italiana del Tessile-Moda ha archiviato il 2015 con un **fatturato moderatamente in crescita** (+0,6%) rispetto al dato contabilizzato nel 2014. Il **turnover settoriale**, pertanto, si porta a 52,4 miliardi di euro, guadagnando oltre 330 milioni rispetto al 2014. La dinamica evidenziata in termini di fatturato risulta, dunque, lievemente inferiore rispetto ai dati di pre-consuntivo diffusi da SMI lo scorso Dicembre, allorquando ci si attendeva una variazione del +1,1%.
- Il risultato medio di filiera sintetizza le **performance evidenziate dai due principali macrocomparti**: pur su valori assoluti assai diversi, entrambi chiudono il 2015 con un lieve incremento, inferiore all'unità. Il **turnover del Tessile** non va oltre il +0,4%, **l'Abbigliamento-Moda** contiene la crescita al +0,8%.
- Nel 2015 l'**export**, cresciuto del +2,1%, passa a 29.056 milioni di euro, assicurando così un'incidenza del 55,5% sul turnover totale. L'export comunitario ha evidenziato un aumento più vivace, pari al +2,5%, mentre quello extra-UE cresce mediamente del +1,6%.
- Per il **numero di addetti** prosegue il calo in atto da diversi anni, raggiungendo 402,8mila circa.

L'industria italiana del Tessile-Moda (2008-2016*)
(Valori in milioni di euro)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Fatturato	49 660	52 768	51 090	50 720	52 066	52 399	52 923
Var. %		6,3	-3,2	-0,7	2,7	0,6	1,0
Valore della Produzione	34 846	36 239	35 520	35 433	35 134	34 502	34 433
Var. %		4,0	-2,0	-0,2	-0,8	-1,8	-0,2
Esportazioni	24 604	26 911	26 958	27 414	28 467	29 056	29 608
Var. %		9,4	0,2	1,7	3,8	2,1	1,9
Importazioni	18 566	20 342	18 126	17 868	19 299	20 344	20 547
Var. %		9,6	-10,9	-1,4	8,0	5,4	1,0
Saldo commerciale	6 039	6 569	8 832	9 545	9 168	8 712	9 148
Var. %		8,8	34,5	8,1	-3,9	-5,0	5,0
Consumo apparente	28 807	29 670	26 688	25 887	25 965	25 790	25 919
Var. %		3,0	-10,1	-3,0	0,3	-0,7	0,5
Aziende (no.)	53 085	51 873	50 039	48 589	47 619	47 079	46 891
Var. %		-2,3	-3,5	-2,9	-2,0	-1,1	-0,4
Addetti (migliaia)	458,6	446,9	423,3	412,3	406,4	402,8	402,0
Var. %		-2,6	-5,3	-2,6	-1,4	-0,9	-0,2
Indicatori strutturali (%)							
Export/Fatturato	49,5	51,0	52,8	54,0	54,7	55,5	55,9

Scenari nazionali del Tessile-Moda

La moda italiana nel mondo



LEGENDA

- Tre maggiori partner - Top 3
- Altri partner tra i primi venti - Others in Top 20
- ➔ Mercati emergenti (Paese con maggiore crescita dell'export in un anno) - Emerging markets (Countries with highest export growth during last year)

MODA (TUTTO) - ALL FASHION

Filati - YARNS

TESSUTI - TEXTILES

CONCERIA, PELLETERIA, SELLERIA, VALIGERIA
BAGS, TRIP ITEMS, LEATHER GOODS

BIANCHERIA DA CASA, TAPPETI, PASSAMANERIE
LINEN, CARPETS, TRIMMING

DI CUI: TAPPETI E MOQUETTE - CARPETS AND MOQUETTES ONLY

DI CUI: BIANCHERIA PER LA CASA - LINEN ONLY

DI CUI: PASSAMANERIE - TRIMMING ONLY

ABBIGLIAMENTO - APPAREL

DI CUI: CAMICIE, T-SHIRT, BIANCHERIA INTIMA
SHIRTS, T-SHIRTS AND UNDERWEAR ONLY

DI CUI: ABBIGLIAMENTO SPORTIVO - SPORT CLOTHES

ABBIGLIAMENTO IN PELLICCIA - FUR

MAGLIERIA - KNITWEAR

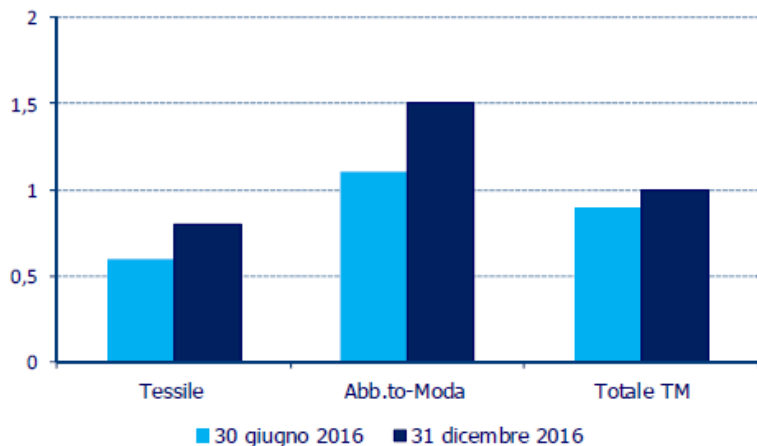
CALZATURE - FOOTWEAR

Scenari nazionali del Tessile-Moda

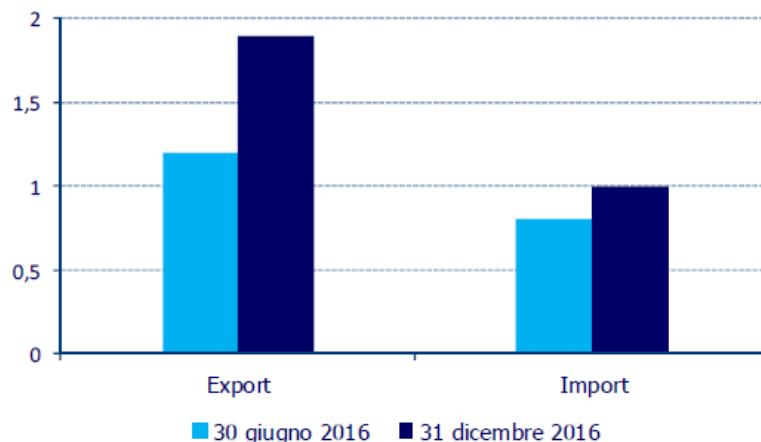
Anno 2016

- In linea con quanto previsto per la prima parte dell'anno, il modello previsionale SMI-LIUC indica per il **fatturato totale** una crescita nel 2016 del +1% rispetto al 2015. Il **turnover settoriale** dovrebbe così superare i 52,9 miliardi di euro.
- Sul fronte dell'interscambio con l'estero, l'**export** è stimato su ritmi lievemente inferiori a quelli del 2015, ovvero sul +1,9%; non sembra, quindi, plausibile che venga sfiorata la quota dei 30 miliardi già quest'anno.
- Contestualmente l'**import**, dopo un biennio di crescita vigorosa, frenerebbe al +1%, per un valore complessivo di 20.547 milioni.

La dinamica del fatturato
nel 2016 dell'industria italiana del Tessile-Moda
(var.% tendenziali)



La dinamica del commercio con l'estero
nel 2016 dell'industria italiana del Tessile-Moda
(var.% tendenziali)



Opportunità e rischi per il Sistema Moda

lo stato dell'arte

Un anno fa avevamo segnalato alcuni principali elementi di attenzione, che – a seconda della loro evoluzione – si sarebbero potuti declinare come opportunità o come minacce per il Sistema Moda nazionale e regionale. A che punto siamo?

1. Come cambieranno le politiche USA sotto la presidenza Trump?



Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP)



2. Il pressing della Cina per acquisire lo status di «economia di mercato» darà i suoi frutti?



CINA E WTO

3. E le sanzioni verso la Russia?

4. ...le incognite della Brexit!

5. Nessun passo avanti rispetto al regolamento UE sul 'Made In'



SANZIONI RUSSIA



Made in

Novità?

6. IL FENOMENO DELLA RILOCALIZZAZIONE PRODUTTIVA («Reshoring»)



1

TTIP USA – UE: di cosa si tratta



- Il *Trattato transatlantico sul commercio e gli investimenti* è un accordo commerciale di libero scambio in corso di negoziazione tra l'Unione europea e gli Stati Uniti dal 2013.
- L'obiettivo è una **maggior integrazione tra i due mercati, riducendo i dazi doganali e rimuovendo in una vasta gamma di settori le barriere non tariffarie**, ossia le differenze in regolamenti tecnici, norme e procedure di omologazione, standard applicati ai prodotti, regole sanitarie e fitosanitarie.
- Se il progetto andrà in porto, **sarà creata la più grande area di libero scambio esistente**, poiché UE e USA rappresentano circa la metà del PIL mondiale e un terzo del commercio globale.
- Si stima un **incremento del 28% delle esportazioni della UE28 verso gli USA**, con un aumento del PIL mondiale compreso tra lo 0,5% e l'1% (*fonte: Centre for Economic Policy Research*)

QUALI OPPORTUNITÀ PER IL SISTEMA MODA?

Armonizzazione delle certificazioni:

- Sia negli USA che nei paesi UE sono in vigore standard di alto livello a tutela del consumatore e dell'ambiente. Armonizzare i regolamenti darà nuovo impulso agli scambi.

Semplificazioni burocratiche e meno costi alla dogana:

- Le procedure doganali ed i relativi obblighi burocratici ostacolano il commercio, in particolare per le PMI. L'accordo di libero scambio TTIP semplifica le procedure amministrative che costituiscono un freno all'esportazioni verso gli USA, nonostante le potenzialità di questo mercato.

Aprire nuove opportunità per i tessili tecnici negli enti pubblici americani:

- Grazie alle avanzate tecnologie di produzione ed alla costante innovazione nei materiali e nelle applicazioni, l'Europa è divenuta leader mondiale riconosciuto nella produzione di tessili tecnici intelligenti. L'apertura delle gare degli appalti pubblici garantirà un maggior sbocco a queste produzioni.

TTIP USA – UE: stessa sorte del TPP?

- **A metà gennaio 2017**, a pochi giorni dalla conclusione del mandato presidenziale di Obama, *Cecilia Malmström* (Commissaria europea per il Commercio) e *Michael Froman* (Rappresentante per il Commercio degli Stati Uniti) hanno pubblicato una **valutazione congiunta dei progressi compiuti nei negoziati per il TTIP** dall'inizio delle trattative nel luglio 2013.
- La relazione congiunta UE-USA delinea i **progressi compiuti in tutti i settori dei negoziati**, vale a dire un **migliore accesso ai mercati per le imprese europee e americane**, una **semplificazione dei regolamenti tecnici**, evitando un livellamento verso il basso, e nelle norme globali per gli scambi, compreso in materia di sviluppo sostenibile, lavoro e ambiente, con un capitolo dedicato specificamente alle piccole imprese.
- Oltre a delineare le convergenze raggiunte, la relazione indica i **settori che richiedono ancora notevoli interventi per risolvere le differenze**, tra cui il miglioramento dell'**accesso ai mercati degli appalti pubblici**, una solida **protezione degli investimenti** che mantenga il diritto a regolamentare e la conciliazione degli approcci in materia di marchi e indicazioni geografiche.



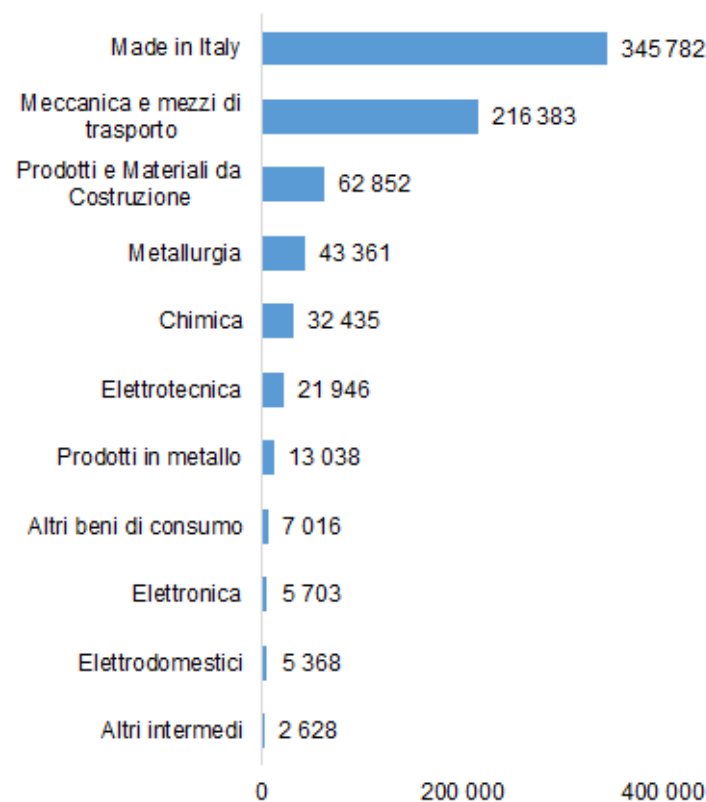
- Tra i primi ordini esecutivi firmati dal nuovo Presidente degli Stati Uniti c'è stato quello che ha bloccato definitivamente l'accordo **TPP - Trans Pacific Partnership** (*Partenariato Trans-Pacifico*) - firmato nel 2015 da 12 paesi: Australia, Brunei, Canada, Cile, Giappone, Malesia, Messico, Nuova Zelanda, Perù, Singapore, Vietnam e Stati Uniti – ma non ancora ratificato dal Congresso (in realtà già contrario all'accordo).
- Segnali dello stesso tipo sono stati lanciati da Trump per quanto riguarda il **NAFTA**, il mercato comune nordamericano con Canada e Messico.
- **Potrebbe toccare la stessa sorte anche il TTIP USA – UE?** Sebbene in campagna elettorale la posizione di Trump fosse ostile anche all'accordo con l'UE, più recentemente è stata manifestata la **disponibilità americana a stringere accordi bilaterali** equi per i lavoratori statunitensi (a partire, ad esempio, con il Regno Unito post-brexit).

...quali rischi per il *Made in Italy* da un possibile protezionismo USA?

- Gli annunci di una **ondata neo-protezionista nelle politiche della nuova presidenza americana**, se si dovessero trasformare in atti concreti, potrebbero avere degli **effetti negativi sulle esportazioni italiane (e della regione) verso gli Stati Uniti**. [con 35 miliardi di euro importati nel 2015, gli USA rappresentano per l'Italia il terzo mercato di destinazione (il primo extra-europeo)].
- Sebbene una politica commerciale anni Ottanta e pre-WTO appaia difficilmente compatibile con l'attuale **sistema di regole multilaterali** di cui gli Stati Uniti stessi sono oggi garanti, è comunque indicativo ricordare che uno **scenario basato sulle tariffe doganali a livelli pre-anni Novanta** (nella simulazione di *Prometeia*, il 1989) avrebbe certamente un costo per le imprese straniere: **per le imprese italiane si stima un costo di oltre 756 milioni di euro, il 2% degli attuali valori esportati verso gli Stati Uniti**. Tra i settori particolare penalizzati ci sono il ***Made in Italy*** (dove i dazi sono storicamente più rilevanti) e la **Meccanica** (primo settore d'interscambio).



Maggiori dazi a carico delle imprese italiane in caso di un ritorno alle tariffe pre-anni Novanta, valori in migliaia di euro



Fonte: elaborazioni Prometeia su dati NBER, WTO e FIPICE

...quali benefici di un dollaro forte?

- E' più probabile che l'idea di una politica "muscolare" da parte della nuova Amministrazione passi attraverso **iniziative per lo più interne** (spesa pubblica, immigrazione e dollaro forte)

QUOTAZIONI DEL DOLLARO (da inizio novembre il cambio è passato da 1,11 agli attuali 1,06).

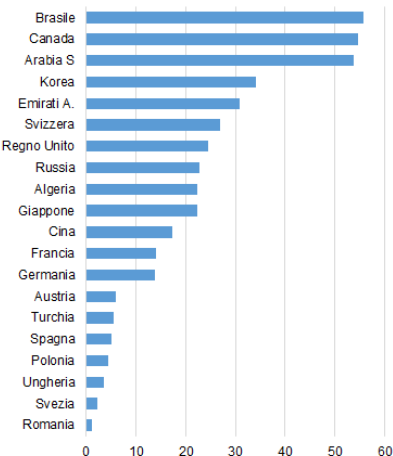
- Stime *Prometeia* riportano che **una valuta americana vicino alla parità con l'euro per tutto il 2017 varrebbe per l'Italia, a parità di altre condizioni, un aumento di circa il 2% in termini di maggior export nel mondo** (a cui però occorrerebbe sottrarre in termini di crescita un onere maggiore di circa il 5% nell'approvvigionamento in euro di materie prime e altre importazioni).
- Il guadagno potenziale può avvenire in primo luogo all'interno degli Stati Uniti stessi, ma anche in tutti i **mercati internazionali dove le imprese italiane si confrontano con imprese americane o di paesi a cambio fisso sul dollaro**. Andando a guardare alle oltre 6.600 combinazioni prodotto/mercato con cui *Prometeia* analizza il commercio mondiale, emerge che nel 15% di queste Italia e Stati Uniti sono tra i primi cinque competitor.

E' quindi ragionevole aspettarsi un miglioramento della competitività italiana in seguito a un apprezzamento del dollaro sull'euro. Dal punto di vista dei singoli comparti, **quelli più interessati da una sovrapposizione dell'offerta italiana con quella statunitense** sono **Meccanica, Alimentare e Moda**, settori di assoluta rilevanza per l'export nazionale.

- In termini di mercati invece, **la competizione tra Stati Uniti e Italia è più serrata nel continente americano e in Medio Oriente**. Tra i primi 20 mercati di esportazione dell'Italia, **Brasile e Canada** sono i paesi dove è maggiore la quota di export tricolore in concorrenza con fornitori americani, coprendo oltre il 50% dei flussi commerciali italiani.
- In **Europa** invece, oltre che in Svizzera, **la concorrenza con gli Stati Uniti è più serrata in Regno Unito e Russia**. Su questi ultimi due mercati l'attrattività delle imprese italiane sarà influenzata, nel bene o nel male, più dalle scelte prettamente politiche dell'Amministrazione americana, che condizioneranno fortemente quei passaggi fondamentali (**Brexit e superamento delle sanzioni**) a cui entrambi i paesi sono chiamati nei prossimi mesi.



Quota export italiano in diretta concorrenza* con imprese americane, percentuale sul totale



* Italia e Stati Uniti entrambi tra i primi 5 concorrenti sul mercato nello stesso microsettore. Fonte: elaborazioni Prometeia su dati FIPICE

2

CINA verso status di 'economia di mercato': di cosa si tratta



Dicembre 2001:

- ingresso della Cina nel WTO con lo **status di non-market economy**;
- nel «Protocollo di accesso» viene prevista una riconsiderazione del suo status di membro WTO 15 anni dopo.

Oggi:

- la Cina chiede di ottenere lo **status di «economia di mercato»** in conseguenza del quale verrebbero a cadere i dazi e le sanzioni ad oggi presenti in chiave anti-dumping;
- molte **produzioni cinesi** infatti fanno concorrenza sleale in quanto vendute sotto-costò grazie ai sussidi pubblici.

«Il riconoscimento dello status di economia di mercato alla Cina renderebbe molto più difficile per la Ue difendere la propria capacità industriale. Le eventuali condizioni distorsive sul mercato comunitario porterebbero quindi danni enormi al calzaturiero italiano, mettendo a rischio, nel settore, circa 20mila posti di lavoro».

Annarita Pilotti, presidente di Assocalzaturifici

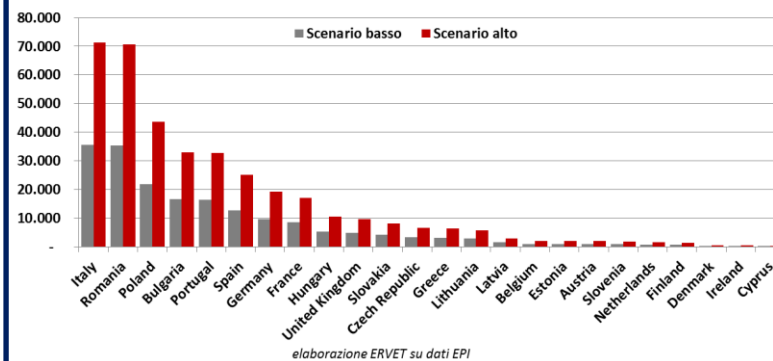
Conseguenze prevedibili:

- tra i 200 mila (scenario basso impatto) e i 400 mila (scenario alto impatto) posti di lavoro in meno in Italia;
- nella sola industria della Moda, i posti di lavoro a rischio ammonterebbero tra 35.600 (scenario basso) e 71.200 (scenario alto).

Settori a rischio (in quanto più esposti a concorrenza sleale cinese):

- ✓ Tessile-abbigliamento;
- ✓ Elettronica;
- ✓ Arredo casa;
- ✓ Siderurgia.

Posti di lavoro a rischio nell'industria della Moda



elaborazione ERVET su dati EPI

3 Sanzioni UE verso Russia

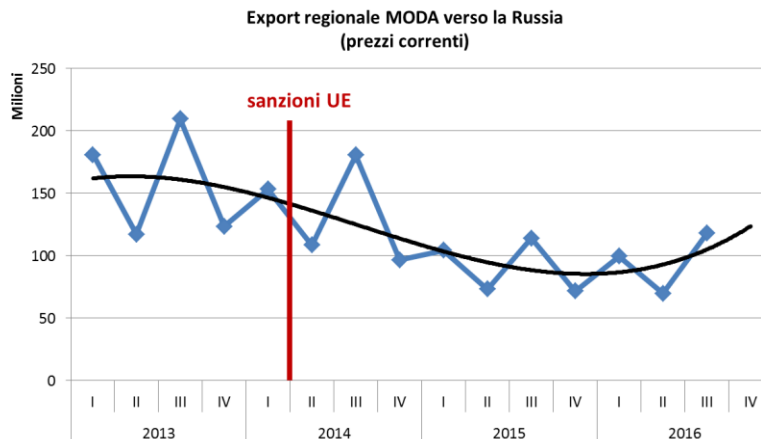


- A fine 2016, l'UE ha rinnovato per 6 mesi le **sanzioni economiche nei confronti della Russia** in scadenza il 31 gennaio 2017 (per i settori finanziario, dell'energia, della difesa e dei beni a duplice uso civile-militare). Le sanzioni nei confronti della Russia erano state adottate nel marzo 2014, in risposta alla crisi in Ucraina. A sua volta, **la Russia aveva introdotto un embargo dei prodotti europei e americani** (prodotti agroalimentari – vino escluso; prodotti tessili, dell'abbigliamento, di calzature e pelletteria, ecc.)
- Con l'**insediamento di Trump alla presidenza degli USA e la sua posizione favorevole alla revisione del regime sanzionatorio nei confronti di Putin**, si è intensificato anche in Europa il dibattito attorno ad un cambiamento di strategia nei confronti della Russia.
- Il netto **calo degli ultimi anni dell'export della moda regionale in Russia** va inquadrato anche nell'ambito della **difficile congiuntura economica della Russia** (vedi calo drastico del prezzo delle materie prime, in primis gas e petrolio, e svalutazione del rublo).

«L'eliminazione dell'automatismo del rinnovo delle sanzioni è un risultato importante, ma non basta: chiediamo ancora più coraggio e l'abolizione definitiva delle sanzioni alla Russia».

«Abolire le sanzioni significa non rendere vano il lavoro che tanti coraggiosi imprenditori hanno portato avanti in questi anni in Russia, un mercato che sa riconoscere e apprezzare il Made in Italy e che ora vive una fase di grande incertezza. Le sanzioni alla Russia stanno mettendo a rischio tante aziende italiane di eccellenza e, di conseguenza, tantissimi posti di lavoro».

(Annarita Pilotti, Presidente Assocalzaturifici)



Export industria Moda E-R verso Russia:

- ✓ 2014/2013: 14,6% (-92 mln di euro)
- ✓ 2015/2014: -32,6% (-175,5 mln di euro)
- ✓ Gen.Sett. 2016/Gen.Sett. 2015: -1,6% (-4,5 mln euro)

Fonte: elaborazione su dati ISTAT

4

Le incognite della Brexit



- Il 23 giugno 2016 i cittadini del Regno Unito hanno votato, con una maggioranza del 51,9% dei partecipanti al voto (33 milioni di britannici, il 72,2% degli elettori), per l'**uscita del Regno Unito dall'Unione Europea**. Da giugno ad oggi è cambiato il governo britannico che però non ha ancora comunicato formalmente la decisione alle istituzioni comunitarie.
- E' quindi ancora presto per capire gli effetti concreti della Brexit. Come osservato nei mesi precedenti, sono quattro i **canali di trasmissione della Brexit** sull'economia britannica ed europea:
 - 1) Il **canale commerciale**: diretto, per l'indebolimento della domanda interna britannica; indiretto, per gli effetti che tale indebolimento ha sulle economie partner.
 - 2) La **svalutazione della sterlina** che accresce la competitività delle merci inglesi su ogni mercato. E può innescare una nuova guerra delle monete.
 - 3) Il **canale finanziario**, con il crollo delle Borse che riduce la ricchezza delle famiglie e innalza il costo del capitale di rischio e con le banche che diverranno ulteriormente più selettive, fino a generare potenzialmente nuovi razionamenti del credito.
 - 4) La **fiducia**, che è la cinghia di trasmissione più importante e ardua da valutare nella misura e nelle ricadute in termini di minor propensione a consumare delle famiglie e a investire delle imprese.
- **Nell'immediato – già a partire dal 24 giugno – si è verificato un forte deprezzamento della sterlina**
- **Nel medio periodo**, la dinamica degli scambi commerciali tra Regno Unito ed ex partner europei potrebbe essere influenzata inoltre dalla **possibile reintroduzione di barriere tariffarie a seguito dell'uscita dall'unione doganale** (sempre che non venga negoziato diversamente).
- **Il deprezzamento della sterlina ha avuto effetti sul potere di acquisto delle famiglie britanniche e conseguentemente sulla dinamica delle importazioni.**
- Il Regno Unito rappresenta il terzo partner commerciale della regione Emilia-Romagna, con il 9,7% dell'export di prodotti della moda nel periodo gennaio-settembre 2016.
- **Il deprezzamento della sterlina ha sicuramente influito sulla dinamica delle vendite nel III trimestre dell'anno.** In alcuni settori, come ad esempio quello di prodotti agroalimentari, l'export regionale verso il Regno Unito ha perso oltre il 16% del valore dell'export del medesimo periodo dello scorso anno. Un **rallentamento dell'export si è osservato, anche se in misura molto più contenuta, anche per quanto riguarda i 'prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori'** (nel III trim. 2016 le vendite regionali sono cresciute del +4,9%, molto meno rispetto al +17,6% dello scorso anno).

5 «Made in»



- Ancora nessun passo in avanti per quanto riguarda la proposta di Regolamento UE **sull'obbligo di indicazione dell'origine per alcuni prodotti importati da paesi extra-Ue** (c.d. «Made in»), presentata dalla Commissione europea nel dicembre 2005 su iniziativa italiana, con l'obiettivo di:
 - ✓ garantire **maggiore trasparenza** ai consumatori,
 - ✓ assicurare **parità di condizioni tra i produttori europei e quelli di paesi terzi** già in possesso di analoga legislazione,
 - ✓ preservare **la competitività e la buona reputazione** dell'industria dell'Unione europea.
- Nell'ottobre 2010, il **Parlamento europeo**, riunito in seduta plenaria, ha **approvato a larga maggioranza** il regolamento in prima lettura. Tuttavia, non è mai emersa una maggioranza favorevole all'adozione del testo all'interno del **Consiglio dei ministri Ue**, diviso tra i paesi **dell'area meridionale** - tra cui l'Italia - favorevoli al regolamento e i **paesi settentrionali**, contrari a restrizioni **sull'etichettatura**.
- **Nel febbraio 2013**, gli allora commissari all'Industria, *Antonio Tajani*, e alla Salute, *Tonio Borg*, hanno lanciato un **pacchetto legislativo** per contrastare la **contraffazione** delle merci Ue e garantire la **sicurezza dei consumatori**. Tale proposta è stata approvata il **15 aprile 2014** dal Parlamento europeo. In quell'occasione, la plenaria ha dato l'ok anche al discusso **articolo 7**, che prevede l'obbligatorietà **dell'indicazione d'origine** per i prodotti destinati al consumo.
 - La nuova disciplina imporrebbe l'obbligo di apporre la **dicitura "Made in"** su tutti i prodotti che si muovono nel **mercato Ue** (sia per quelli realizzati nell'Ue che per quelli provenienti da paesi extra Ue) con alcune eccezioni quali i **prodotti alimentari** e i **medicinali**. Secondo la proposta approvata dall'Europarlamento, i produttori Ue potrebbero scegliere se mettere sull'etichetta la dicitura **"Made in EU"** oppure optare per il nome del proprio paese.
 - Per le merci prodotte in luoghi diversi, con l'espressione "paese di origine" si intenderebbe quello in cui il bene ha subito **"l'ultima trasformazione** o lavorazione sostanziale, economicamente giustificata", che si sia conclusa con la **"fabbricazione di un prodotto nuovo** o abbia rappresentato una fase importante del processo di fabbricazione".
 - Perché la normativa diventi effettiva è tuttavia necessaria l'approvazione del **Consiglio dell'Unione europea**.
 - Dopo le speranze che si erano nutrite durante il semestre italiano, la questione del *made-in* risulta bloccata **a causa della contrarietà in seno al Consiglio Europeo dei Paesi del nord Europa**.

6

Il fenomeno del «reshoring»

In Italia

- Sulla base della banca dati dell' *Uni-CLUB MoRe Back-Reshoring*, **l'Italia risulta essere il secondo paese al mondo dopo gli Stati Uniti per decisioni di rimpatrio delle attività produttive** (121 decisioni).
- I principali ambiti merceologici interessati dal fenomeno sono quelli del **settore moda** con il 29% delle decisioni di *reshoring* nell'abbigliamento e il 21% nei prodotti in pelle.
- Più della metà dei processi di *reshoring* in Italia ha coinvolto aziende localizzate nel Nord-Est per il 55% dei casi e, in particolare, in Veneto (30%) **ed Emilia-Romagna** (17%), seguiti dal Nord-Ovest con il 24% di cui il 15% in Lombardia.

In Emilia-Romagna

- Per l'Emilia-Romagna la ricerca pubblicata nel *Rapporto sull'economia regionale 2016 di Unioncamere Emilia-Romagna* ha portato alla luce **21 decisioni di rientro di produzione** (avvenute a seguito di dismissioni totali o parziali di produzioni estere, in alcuni casi a seguito di acquisizioni) attivate da 13 imprese.
- Il flusso di rientri più consistente è quello **dalla Cina** (8 casi); 6 rientri sono avvenuti **dall'Europa occidentale**, per lo più a seguito di acquisizioni; 5 rientri da paesi dell'ex blocco comunista, 2 da altre regioni del mondo.
- Il settore merceologico maggiormente interessato da casi di rientro è quello di *fabbricazione di macchinari e apparecchiature* (8), seguito dalla **Confezione di articoli di abbigliamento** (7) [a cui si può aggiungere un altro caso per la **Confezione di articoli in pelle e simili**].



Cosa è il «reshoring»

Decisione di riportare (parzialmente o totalmente) nel paese di origine attività produttive che erano precedentemente localizzate in paesi stranieri