

RASSEGNA STAMPA

RASSEGNA STAMPA



28 marzo **2007**



A cura dell'Ufficio stampa
CNA Regionale dell'Emilia Romagna

Corre un'impresa su due

In Emilia-Romagna il Pil supererà ancora la media nazionale

Ilaria Vesentini
BOLOGNA

■ L'economia emiliano-romagnola continuerà a marciare al buon ritmo cadenzato a fine 2006, confermando il rafforzarsi della ripresa e l'andamento del Pil regionale superiore al 2,2% e con uno scarto di 2-3 decimi di punto in più rispetto alla media nazionale. È univoca la visione che gli industriali tra Piacenza e Rimini hanno dei prossimi mesi, con meccanica, metallurgia ed export a fare da locomotiva, la nautica che brilla sulla Riviera e le grandi imprese a trainare le piccole, da pochi mesi di nuovo in moto.

Le stime di Confindustria presentate la settimana scorsa corroborano il clima di fiducia per il manifatturiero: il saldo tra chi prevede livelli in aumento di produzione, ordini e occupazione rispetto a chi pensa a un calo, resta sopra i 20 punti, con quasi la metà del campione di imprenditori con attività e portafogli in ascesa e meno di uno su dieci in diminuzione. Lo scarto tra ottimisti e pessimisti aumenta al crescere delle dimensioni aziendali: nemmeno il 3% degli industriali con più di 250 addetti prevede il contrarsi degli ordini rispetto a oltre il 50% che parla di produzione e domanda in aumento. In salute meccanica strumentale, mecatronica, gomma-plastica e carta; inferiori le aspettative tra gli operatori del tessile-abbigliamento e dei trasporti. A spiegare il buon andamento congiunturale, secondo la presidente regionale degli Indu-

striali, **Anna Maria Artoni**, «non è solo il buon andamento della domanda mondiale ed europea (l'Ue assorbe quasi il 57% dei 41,26 miliardi di export regionale, +10,5% sul 2005, ndr) ma il grande impegno degli imprenditori e le positive politiche messe in campo dalla Regione in questi anni sul fronte dell'innovazione e della formazione. Ma siamo all'inizio di un cammino non facile. È l'ora di riforme strutturali coraggiose».

È una percezione di ordini in crescita, più accentuata sul livello interno che estero, quella che esprime il presidente degli Industriali bolognesi, **Gaetano Maccaferri**, che non esclude però una frenata legata agli effetti sulla domanda tedesca degli inasprimenti fiscali al consumo decisi dal governo Merkel, dopo che l'export bolognese in Germania ha avuto una crescita tendenziale del 25% nell'ultimo trimestre 2006. A Piacenza corre la raccorderia e più in generale tutta la meccanica (50% del manifatturiero locale), stenta l'alimentare (che risente della crisi Cirio) e l'occupazione è stabile. «Il clima è positivo — afferma il direttore di Confindustria Piacenza, **Cesare Betti** — per il 44% del

LE REALTÀ MINORI

Le piccole industrie si sono rimesse in moto a fine 2006. Cna stima risultati positivi sopra le attese, Confartigianato è più cauta

Saldo positivo

Previsioni sul 1° semestre 2007 per classe dimensionale delle imprese. Alcuni indicatori in valori percentuali

Classe	Produzione			Ordini totali			Occupazione		
	Aum.	Staz.	Dim.	Aum.	Staz.	Dim.	Aum.	Staz.	Dim.
1-49	39,5	53,1	7,4	43,0	47,2	9,8	19,8	74,7	5,5
50-249	55,6	36,1	8,3	59,6	33,5	6,9	35,3	60,1	4,6
250 e oltre	51,4	42,9	5,7	55,7	41,4	2,9	30,6	61,1	8,3

Fonte: Confindustria Emilia-Romagna

nostro campione; gli ordini saliranno nel primo semestre e per il 46% crescerà la produzione, rispetto a un 7% di pessimisti».

Mercato interno fermo ma ripresa sostenuta dell'export per metalmeccanica, impiantistica alimentare e farmaceutica a Parma. Alimentare al palo anche a Ferrara, dove «la fiducia degli industriali sta però allungando il proprio orizzonte temporale, con un 90% del campione che dichiara ordini e produzione stabili o in crescita nel primo semestre», precisa il direttore **Roberto Bonora**. Cresce invece (a due cifre) l'alimentare a Modena e spicca il +7,4% degli investimenti in provincia di fine 2006, buona premessa per le attese positive sui portafogli ordini tra gennaio e giugno 2007, condivise da due industriali modenesi su tre. Si moltiplicano i

segnali positivi anche a Forlì, soprattutto per nautica e metalmeccanica. «Ma dobbiamo investire di più su internazionalizzazione e produzioni hi-tech», precisa il direttore degli Industriali forlivesi, **Alberto Zambianchi**. Se a Forlì e Ravenna il sistema moda soffre ancora, sta invece recuperando il tessile-abbigliamento a Rimini, al pari del mobile. «Merito della fantasia e delle capacità dei singoli imprenditori, che vanno avanti superando anche gli ostacoli politici», rimarca il presidente della locale Confindustria, **Adriano Aureli**. «Reggio Emilia non può sedersi sugli allori ma deve rafforzare il rapporto con il sistema di istruzione e formazione, potenziando il trasferimento tecnologico e le infrastrutture», esorta il direttore degli Industriali, **Giuseppe Domenichini**, alla luce dei pri-

CERAMICA AL TEST

A Sassuolo crescono i big

■ Per il settore ceramico si prevede un 2007 di calma assoluta, frutto però di una forte crescita delle grandi aziende (sopra i 130 milioni di fatturato), con incrementi di produzione (+9% tra 2005 e 2007), investimenti (+18%) e redditività (+6%) e di un calo per le piccole (sotto i 150 milioni). Complessivamente i consumi di piastrelle dovrebbero salire di circa lo 0,7% quest'anno.

mati che Reggio miete (prima in Italia per export procapite — oltre 11 mila euro — e occupazione maschile, sopra l'80%) grazie ai forti investimenti in hi-tech.

Tra gli artigiani l'atmosfera è serena ma meno omogenea. Se secondo Cna i primi dati 2007 (su un campione di 170 imprese eccellenti) testimoniano un'inversione di rotta superiore alle attese, specialmente per il manifatturiero vocato all'export, le 900 aziende del panel Confartigianato lanciano segnali più cauti. «Non abbiamo mai registrato la crisi profonda descritta dalla stampa — spiega il presidente regionale, **Giampaolo Palazzi** — e ora non vediamo ragioni di entusiasmo. C'è una lieve ripresa, l'occupazione è buona, ma il trend dell'edilizia ci preoccupa».

ilaria.vesentini@ilssole24ore.com

La maglieria

Aziende in cura dimagrante

CARPI

Il distretto tessile di Carpi non è più il "polo della maglieria". Già nella prima metà degli anni duemila la composizione delle esportazioni del settore è cambiata significativamente: a fronte di una crescita rilevante del fatturato realizzato con prodotti della confezione, si registra infatti un forte calo dei prodotti di maglieria, tanto che nel 2005 per la prima volta nella storia del distretto, il valore della produzione di confezioni supera quello di capi in maglia.

Se nel 2002 le imprese finali di maglieria fatturavano 617 milioni (pari al 60,3% del fatturato totale del distretto, contro i 347 milioni delle confezioni pari al 33,9% e ai 56 milioni dell'intimo pari al 5,5%), nel 2005 sono state le confezioni a superare la soglia dei 500 milioni (586 milioni per la precisione, pari al 50,1%) superando i 537 milioni della maglieria (pari al 45,9%) e i 41 milioni dell'intimo (3,5%). «Chi in questi anni non ha puntato all'innovazione dei propri prodotti e non ha investito in una

politica di brand — spiega **Marco Marchi**, capo sezione tessile-abbigliamento di Confindustria Modena, general manager di Liu Jo — è stato travolto dal cambiamento del mercato che soffre degli effetti del cambio euro-dollaro e di una concorrenza selvaggia della Cina che opera senza tutele e controlli».

Se la maggior parte delle aziende finali di maglieria ha chiuso i bilanci in perdita e ha dovuto ridurre drasticamente il numero dei propri addetti, alcune realtà industriali sono state capaci di aggredire il mercato della moda realizzando trend di crescita a due cifre. «La svolta per le imprese di maglieria — continua Marchi — è quella di promuovere un mix che comprende la cultura industriale che a Carpi esiste da anni e l'innovazione dei propri prodotti e dei marchi. Le istituzioni possono favorire una cultura del distretto, a partire dalle scuole, affinché le imprese possano attingere alle "intelligenze" e non solo alla forza lavoro».

Pa. T.

Le confezioni

Margini sostenuti dai marchi

CARPI

Per reggere la concorrenza straniera si sono attrezzate con l'etichettatura dei prodotti extra-Ue e quella per la tracciabilità. Hanno avviato studi e ricerche per la produzione di tessuti biologici ed ecologici. E hanno mostrato interesse verso le iniziative di promozione delle imprese sui mercati esteri proposte dalle associazioni di categoria. Questi accorgimenti, che si aggiungono a politiche mirate di promozione del brand, hanno consentito alle aziende finali delle confezioni del distretto tessile di Carpi (90 in tutto, con circa 1.600 addetti; ora rappresentano il 50% del fatturato delle imprese finali con 586 milioni registrati nel 2005), di conquistare negli anni spazi importanti sul mercato. «I dati positivi che arrivano dall'osservatorio tessile sulle imprese finali delle confezioni — spiega **Carlo Alberto Medici**, responsabile del comparto moda di Lapam Federimpresa di Modena —

dimostrano che nel settore della moda c'è ancora spazio per affermarsi». Davanti al calo della produzione e del fatturato registrato negli ultimi anni, diverse imprese finali della maglieria hanno cominciato ad ampliare la propria offerta occupandosi direttamente della confezione dei propri tessuti lavorati un'attività che in principio veniva quasi esclusivamente relegata alle ditte contoterziste. «Chi ha avviato questo nuovo programma di lavoro e ha ampliato la propria proposta — spiega **Morena Manfredini**, responsabile del settore moda di Cna Modena — ha ottenuto i primi risultati positivi. Il margine per migliorare il proprio trend è ancora largo ed è opportuno intervenire in tempi rapidi, in un mercato sempre più globalizzato e sottoposto alle insidie dei concorrenti sleali. Dobbiamo supportare le imprese che vogliono esportare grazie anche ai progetti promossi dalla Regione».

Pa. T.

Il contoterzista diventa partner strategico ad alto valore aggiunto per il committente Si rafforza il peso della subfornitura

BOLOGNA

■ Nel campo della moda e del tessile migliora, col tempo, il rapporto tra committenti e subfornitori: i primi acquistano maggiore fiducia dei secondi e si affidano a loro non solo per ragioni di risparmio economico, ma anche per aggiungere valore, sicurezza e know-how alle proprie produzioni. Le imprese che lavorano per conto terzi il più delle volte sono di tipo familiare e faticano a garantire una successione quando il titolare va in pensione. Le istituzioni dovrebbero impegnarsi con politiche a favore della nascita di nuove imprese, ma anche per mantenere in vita le imprese già esistenti.

L'Osservatorio subfornitura del Comitato Network subfornitura esamina 300 piccole e medie imprese — che operano, principalmente per conto terzi, nel sistema moda, ossia tessile, abbi-

gliamento, pelle e calzature — di Emilia-Romagna, Toscana, Umbria, Piemonte, Lombardia e Veneto. Dopo quattro anni di difficoltà l'indagine rileva che le aziende stanno vivendo una fase di congiuntura positiva: il 20,6%

L'INDAGINE SUL CAMPO

Secondo l'ultima indagine del Network una ditta su cinque ha registrato l'anno scorso performance positive

ha registrato un aumento della produzione (rispetto al 14,4% del 2004 e il 12,9% del 2005); il 23,5% un aumento degli ordinativi (13,4% nel 2004 e 14,8% nel 2005); per il 46,7% la produzione si è mantenuta stabile e per il 48,8% sono stabili gli ordini. Ca-

lano invece la produzione per il 32,7% delle aziende e gli ordini per il 28%.

I subfornitori fatturano prevalentemente all'interno della regione d'appartenenza (75%) e nel resto d'Italia (18%) e per una piccola parte (5% circa) all'estero. A seguito di una concorrenza spietata e di una forte globalizzazione che ha indotto diverse imprese di produzione a delocalizzare all'estero, il settore della subfornitura ha subito notevoli perdite e quindi un forte ridimensionamento negli ultimi anni.

«La crisi nel settore della moda e in particolare del tessile è nota da anni — sottolinea da Bologna **Glauco Cavassini**, presidente del Comitato Subfornitura — eppure ci sono aziende che sono anche riuscite a trovare redditività. I rapporti tra committenti e fornitori si sono dilata-

ti, non è quindi più possibile fare analisi soltanto per settori o territori. È opportuno invece analizzare gli sbocchi di mercato che le singole imprese si sono guadagnate con gli anni».

Se da un lato l'Osservatorio registra un miglioramento del rapporto con i committenti («i subfornitori sono sempre più capaci di offrire soluzioni, risolvere problemi e fornire valore aggiunto», nota Cavassini), dall'altro mette in evidenza un problema legato al cambio generazionale all'interno del contoterzismo. «Oltre metà delle imprese — spiega il presidente — è gestita dal fondatore e il cambio della guardia non avviene prima dei 60-70 anni. Il passaggio di consegne risulta difficile per problemi di natura culturale ma anche perché mancano forme di supporto esterno».

Pa. T.

Distretti. Innovazione e marketing fanno aumentare i ricavi dopo sei anni difficili

Il tessile di Carpi ribatte alla concorrenza asiatica

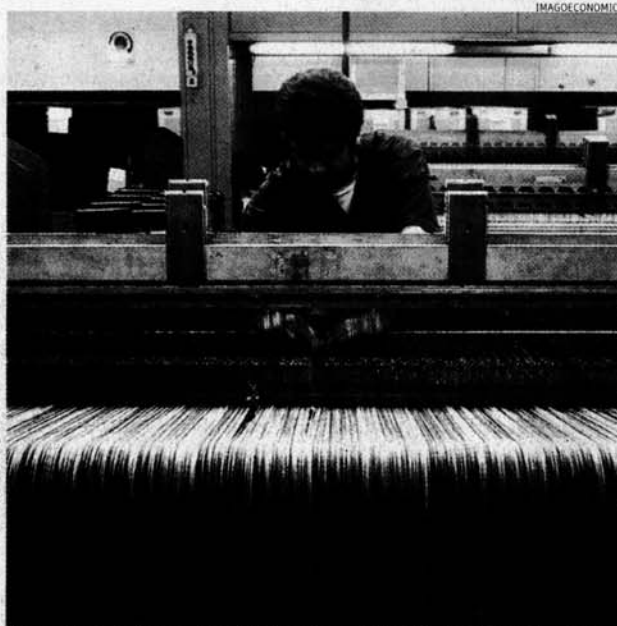
Il fatturato 2006 sale dell'8,8% ma l'occupazione segna il passo

Paolo Tomassone
CARPI

Il distretto del tessile a Carpi (Mo) rialza la testa e reagisce ai duri colpi inferti dalla concorrenza non sempre corretta (soprattutto quella asiatica), ma si sta completamente trasformando. Se dopo sei anni di crisi il fatturato torna a crescere (nel 2006 si è registrato un +12% rispetto al 2000 e del +8,8% sul 2005) lo si deve principalmente ai nuovi protagonisti — una decina di imprese in tutto — che hanno saputo innovare, promuovere il proprio marchio e inserirsi in segmenti più dinamici del mercato.

È quanto emerge dall'VIII rapporto dell'Osservatorio del settore tessile-abbigliamento nel distretto di Carpi, commissionato dal Comune alla R&I Srl che verrà presentato il 2 aprile nel corso del convegno "Carpi: un distretto in trasformazione". Nel 2006 le 1.158 imprese del distretto carpigiano (inclusa la subfornitura) hanno fatturato 1.273 milioni (il 23,8% il comparto della maglieria, il 17% le confezioni e il 59,2% pluricomparto) migliorando i risultati negativi degli ultimi sei anni. Se nel 2000 le prime dieci imprese presenti sul territorio rappresentavano circa il 21% dell'intero fatturato del settore, ora incidono per oltre il 34 per cento.

«Le imprese sono state capaci di rispondere rapidamente alle richieste del mercato, hanno innovato il proprio prodotto — spiega **Alberto Allegretti**, as-



In ripresa. Inverte la rotta il tessile dopo anni di crisi

sessore alle Politiche economiche e lavoro del Comune di Carpi — diversificato la rete di distribuzione e investito su marchi e progettazione. Il sistema produttivo locale si è trasformato profondamente: la maglieria, che è sempre stata l'attività principale del distretto, ha subito un rilevante ridimensionamento mentre il comparto della confezione è cresciuto in misura significativa. Questo comporta un ampliamento della gamma dei prodotti e un impatto molto forte sulla subfornitura locale».

Le imprese di subfornitura, infatti, sono sempre state spe-

LA RISTRUTTURAZIONE

Il comparto si è concentrato: oggi il 34% del giro d'affari è in mano alle prime dieci aziende, contro il 21% di sei anni fa

cializzate nella realizzazione di capi in maglia, tanto che le aziende del comparto confezioni hanno sempre decentrato in misura rilevante fuori distretto in altre aree territoriali. Le difficoltà del comparto maglieria hanno aggravato la situazione delle imprese conto terziiste locali, da tempo sottoposte alla concorrenza dei laboratori cinesi e delle produzioni delocalizzate all'estero.

A fronte della dinamica positiva del fatturato, negli ultimi anni l'occupazione nel distretto di Carpi ha continuato a diminuire: sono circa 7.200 gli addetti nel 2006 (contro i 14mila del 1990 e i 9.600 del 2000) ai quali si stima si debbano aggiungere circa 2.500 addetti impiegati nelle aziende all'estero.

Malgrado il ridimensionamento delle imprese di subfornitura locali, a Carpi si continua a produrre "made in Italy" (per il 90%), sviluppando ne-

Gli effetti della crisi

Stock 2006 e variazione su base annua del distretto carpigiano del tessile

Valori	2006	Var. %
Fatturato (mln di euro)	1.273	8,8
Quota export (%)	30,3	-1,0
Imprese finali	310	-4,3
Imprese di subfornitura	848	-8,9
Imprese totali	1.158	-7,7
Addetti imprese finali	3.678	-4,5
Addetti subfornitura	3.561	-9,9

Fonte: R&I Srl - Osservatorio del settore tessile abbigliamento nel distretto di Carpi

gli anni sistemi di etichettatura e tracciabilità dei prodotti per contrastare le contraffazioni. La crescita è stata trainata dal mercato interno (da diversi anni si esporta solo il 30% della produzione e hanno avuto la peggio i prodotti di fascia media non supportati da politiche di marchio, venduti attraverso grossisti o direttamente alla Gdo.

«Nonostante il ridimensionamento degli ultimi anni, a Carpi si continua a progettare campionari — aggiunge **Allegretti** — tanto che ogni anno escono dal distretto in media 98mila modelli. Come amministrazione abbiamo continuato a investire su Carpi formazione e siamo intervenuti sulla trasformazione di Citer (Centro innovazione tessile Emilia-Romagna) per integrare interventi di formazione con quelli legati allo sviluppo e all'innovazione».

SONDAGGIO DELLA CNA

Uffici pubblici bocciati dall'84% delle donne Le imprenditrici chiedono più flessibilità

Le donne imprenditrici associate alla Cna di Bologna chiedono orari e servizi pubblici più flessibili per conciliare meglio tempi di vita e di lavoro. Secondo un sondaggio di Cna Impresa Donna, il 46 per cento delle imprenditrici è soddisfatta del proprio tempo, ma l'84 per cento boccia la rigidità degli orari degli uffici pubblici. Promossi invece gli orari dei servizi privati come negozi e banche: il 50 per cento del campione afferma che riescono a soddisfare abbastanza le esigenze, il 3 per cento del tutto. Anche nel privato però si può migliorare, infatti il 44 per cento delle donne ci trova ancora troppa rigidità, pur notando notevoli miglioramenti. Nel caso di figli, sono promossi a pieni voti i nidi aziendali o pluriaziendali: il 41 per cento delle imprenditrici li considera un'ottima idea realizzabile, il 43 per cento un'ottima idea ma di difficile realizzazione.

BAROMETRO

A CURA DI **Antonio Carlo Laizza**

Imprese artigiane in aumento dell'1%

Il numero di imprese artigiane del Centro-Nord cresce con un ritmo superiore alla media nazionale. Al 31 dicembre 2006, quelle iscritte alle Camere di commercio di Emilia-Romagna, Toscana, Umbria e Marche erano 343.865, ovvero 3.354 in più rispetto alla stessa data del 2005 (+0,98%). Nel medesimo

periodo le aziende artigiane italiane sono passate invece da 1.473.493 a 1.483.957 unità (+10.464 imprese, pari a +0,71%). In termini assoluti, nelle regioni del Centro-Nord è stato realizzato circa un terzo della crescita italiana.

Lo scenario emerge da "Movimprese artigiani 2006", la rilevazione periodica condotta da Unioncamere in collaborazione con Infocamere.

La regione in cui il numero di imprese artigiane registrate sale di più è l'Emilia-Romagna, dove il saldo tra iscrizioni e cessazioni è pari a 1.684 unità (+1,14%). La regione si conferma inoltre quella del Centro-Nord con il maggior numero di imprese artigiane (148.770 unità). Il secondo saldo più consistente si registra in Toscana: qui, durante il

2006, il numero di imprese artigiane registrate è salito di 1.031 unità, generando una crescita (+0,88%) in linea con la media dell'area. Seguono le Marche, con un saldo positivo di 492 unità (+0,95%). I risultati dell'Umbria sono invece più modesti: nel periodo di

riferimento il numero di imprese artigiane iscritte alle Camere di commercio è cresciuto di 147 unità (+0,59%).

Crescita al rallentatore

Nel corso del 2006 il settore delle imprese artigiane è stato meno

vitale rispetto al 2005, quando il numero di aziende artigiane italiane era cresciuto dell'1,04% (contro lo 0,71% del 2006). Nel 2005 i tassi di crescita erano stati migliori anche in Emilia-Romagna (+1,99%), Marche (+1,18%), Toscana (+0,97%) e Umbria (+0,76%).

Segnali di crisi

Il raffreddamento della crescita misurato nel 2006 è stato determinato dall'aumento delle cessazioni, cresciute di oltre 4mila unità: nel 2006 hanno chiuso 110.875 imprese artigiane, contro le 106.187 del 2005. Un dato preoccupante, che avrebbe determinato un risultato ancor più grave se il numero di nuove iscrizioni (circa 121mila imprese) non fosse rimasto stabile.

Osservando inoltre i dati scorporati per tipologia di imprese, si nota che la crescita del 2006 è stata sostenuta esclusivamente dal settore edile, cresciuto del 3,55% (+19.222 imprese). Se si esclude questo settore, nel 2006 il numero di imprese artigiane italiane risulta in forte calo.

Il trend

Le imprese artigiane per regioni e aree geografiche. Stock al 31/12/2005, stock al 31/12/2006 e var. %

Regioni	2005	2006	Saldo	Crescita %
Emilia-Romagna	147.086	148.770	1.684	1,14
Toscana	116.975	118.006	1.031	0,88
Marche	51.807	52.299	492	0,95
Umbria	24.643	24.790	147	0,59
Centro-Nord	340.511	343.865	3.354	0,98
Italia	1.473.493	1.483.957	10.464	0,71

Fonte: Unioncamere-Infocamere - Movimprese 2006

