

# Monitor dei Distretti

**Servizio Studi**

**Trimestrale - Gennaio 2007**

INTESA  SANPAOLO

# Monitor dei Distretti

Trimestrale – Gennaio 2007

## SERVIZIO STUDI

### Responsabile

Gregorio De Felice

### Industry and Credit Research

Fabrizio Guelpa

### A cura di:

Stefano Corona

Giovanni Foresti

Stefania Trenti

### Database management:

Giovanna Bocchioli

<b>Executive Summary</b>	<b>3</b>
<b>Le esportazioni dei distretti nei primi nove mesi del 2006</b>	<b>5</b>
<b><i>Gli approfondimenti</i></b>	<b>13</b>
<b>A. India: quali opportunità per i distretti italiani?</b>	<b>13</b>
<b>B. I distretti tessili di Biella, Prato e Vicenza</b>	<b>28</b>
<b>Il credito alle imprese manifatturiere</b>	<b>36</b>
<b>Appendice Metodologica</b>	<b>45</b>
<b>Cruscotto dei distretti</b>	<b>47</b>



## Executive Summary

- *Nel corso del terzo trimestre del 2006 le esportazioni dei distretti industriali italiani hanno conosciuto un **rallentamento** del proprio ritmo di crescita. Questa decelerazione, che, peraltro, ha interessato anche il resto dell'industria italiana, non pregiudica i buoni risultati ottenuti nella prima metà dello scorso anno. Il **2006**, pertanto, rappresenta a tutti gli effetti un **anno di ripresa delle esportazioni distrettuali**, il migliore dell'ultimo quinquennio. Le esportazioni dei distretti, infatti, dovrebbero aver registrato un aumento del 5% circa anche ipotizzando una chiusura d'anno non proprio favorevole, con livelli dell'export fermi ai valori raggiunti nel quarto trimestre del 2005.*
- *A livello settoriale si segnalano le buone performance dei distretti specializzati nel Sistema casa (**Beni per l'edilizia e Manufatti vari**) e nei **Prodotti in metallo per l'industria**. Crescono anche le esportazioni dei distretti della **Meccanica strumentale**, dell'**Alimentare** e dei **Beni di consumo del sistema moda**. Pur non essendo particolarmente brillanti, i distretti specializzati in **Mobili ed elettrodomestici** confermano l'inversione di tendenza rispetto al 2005 quando accusarono un calo delle vendite non trascurabile, registrando una sostanziale stabilizzazione dei valori esportati. Continuano a registrare un calo delle esportazioni i produttori distrettuali di **Beni intermedi del sistema moda** che sembrano non avere ancora superato il momento peggiore e continuano a risentire delle pressioni competitive esercitate dai produttori dislocati nei paesi emergenti e delle strategie di revisione della localizzazione produttiva dell'industria mondiale della moda.*
- *A livello geografico il **Nord Ovest** mostra i risultati migliori, il **Nord Est** cresce, seppure lievemente, il **Sud** accusa cali non trascurabili di export, mentre il **Centro** migliora nettamente.*
- *L'industria manifatturiera italiana continua a caratterizzarsi per una forte **divaricazione dei risultati**, non solo "tra" comparti produttivi ma anche "nei" comparti produttivi. All'interno degli stessi comparti, infatti, coesistono distretti in netta crescita e in ripresa e distretti più in difficoltà se non addirittura in crisi. Dall'analisi dei bilanci aziendali, inoltre, è evidente come anche all'interno di distretti in salute vi siano imprese che versano in una situazione critica. Le buone performance dei distretto delle calzature di **Montebelluna**, ad esempio, sono principalmente trainate dal successo e dall'affermazione di Geox e Stonefly, aziende specializzate nelle scarpe casual comfort, che più che compensano le difficoltà di non poche imprese che svolgono la propria attività nel settore della produzione e commercializzazione di scarpe da sci, sci e scarpe per doposci, ma anche di scarpe e abbigliamento sportivo. Al contrario le difficoltà del distretto di **Manzano** nascondono i buoni risultati ottenuti dalla Calligaris e dalla Moroso.*
- *Anche all'interno dei principali poli produttivi tessili italiani - **Biella, Prato e Vicenza** - si è ampliato il divario tra le performance delle imprese migliori, capaci di reagire al meglio alle nuove sfide competitive, gestendo efficacemente i processi di internazionalizzazione dell'economia mondiale, e quelle delle imprese peggiori, per ora semplici spettatrici dei profondi*

*cambiamenti dei mercati (si veda l'approfondimento a pag. 28: **I distretti tessili di Biella, Prato e Vicenza**).*

- *Nel nuovo contesto competitivo in cui si trovano ad operare le imprese italiane si rivelano sempre più cruciali le scelte in termini di **qualità, innovazione, marketing e distribuzione**. La fase commerciale, in particolare, assume un'importanza sempre maggiore. Il successo di molti soggetti è spesso spiegato anche dalla loro "presenza diretta" sui mercati di sbocco finale, attraverso negozi monomarca di proprietà o in franchising. Non meno importante è la capacità di affermarsi sui mercati emergenti. Il distretto delle cucine di Pesaro, ad esempio, si è riportato su un sentiero di crescita positiva facendo leva sui mercati emergenti, come Turchia, Arabia Saudita, Ucraina, Algeria, Marocco e, soprattutto, Russia.*
- *Non pochi distretti nel corso del 2006 hanno ricevuto un sostegno non trascurabile dalla **Cina** e dalla Federazione russa. In particolare le imprese della **Meccanica strumentale** sono riuscite a cogliere parte delle opportunità offerte dal mercato cinese, anche grazie alla presenza commerciale e produttiva in loco. La **Federazione russa**, invece, ha trainato le vendite di molti distretti specializzati nel **tessile-abbigliamento** (Rimini), nelle **calzature** (Fermo e San Mauro Pascoli), nei **mobili** e negli **elettrodomestici**.*
- *Anche l'**India** offre, in prospettiva, buone possibilità di sviluppo per le imprese italiane. Al momento il mercato indiano assume un ruolo contenuto per i distretti industriali. Nel 2005, infatti, la quota delle esportazioni distrettuali assorbita dall'India è stata pari allo 0,5%, una percentuale ben inferiore a quella realizzata dai distretti nella Federazione russa (2,8%) e in Cina (3,9%). Le **potenzialità** dell'economia indiana iniziano, tuttavia, ad essere avvertite da un numero crescente di operatori italiani. Ciò è confermato dalla forte crescita nel corso degli ultimi anni delle esportazioni distrettuali in questo mercato, ma anche dall'apertura (recente o prevista) di siti produttivi in loco e negozi monomarca (si veda l'approfondimento a pag. 13: **India: quali opportunità per i distretti italiani?**).*
- *Nel terzo trimestre del 2006 il **credito all'industria manifatturiera ha registrato un'ulteriore accelerazione su tutte le scadenze**, beneficiando della solidità della ripresa economica e di condizioni di finanziamento espansive. Il miglioramento congiunturale ha inoltre ravvivato la domanda di finanziamenti da parte di quei settori del made in Italy che, nel recente passato, hanno maggiormente risentito della concorrenza dei produttori dei paesi emergenti. Il **supporto delle dinamiche reali alla dinamica creditizia è atteso sussistere anche nell'ultimo trimestre 2006 e nella prima parte dell'anno in corso**.*
- *Nel territorio delle sole province che presentano una elevata vocazione distrettuale, si è rilevata a settembre una crescita tendenziale dei finanziamenti all'industria superiore alla media nazionale ed in accelerazione di oltre 1 punto percentuale rispetto al dato di giugno. Il recupero è stato particolarmente favorito dal rafforzamento della domanda proveniente dai distretti del Nord-Est e del Nord-Ovest. Stabile su livelli elevati, l'evoluzione creditizia nelle aree distrettuali del Mezzogiorno.*

## Le esportazioni dei distretti nei primi nove mesi del 2006

### La sintesi dei risultati conseguiti a livello settoriale e territoriale

Nel corso del terzo trimestre del 2006 le esportazioni<sup>1</sup> dei distretti produttivi italiani hanno conosciuto un **rallentamento** del proprio ritmo di crescita. Questa decelerazione, che, peraltro, ha interessato anche il resto dell'industria italiana, non pregiudica i buoni risultati ottenuti nella prima metà dello scorso anno. Il **2006**, pertanto, rappresenta a tutti gli effetti un anno di ripresa delle esportazioni distrettuali, il **migliore degli ultimi cinque anni**. Le esportazioni dei distretti, infatti, avrebbero registrato un aumento del 5% circa anche ipotizzando una chiusura d'anno non proprio favorevole, con livelli dell'*export* fermi ai valori raggiunti nel quarto trimestre del 2005. Peraltro, se verranno confermate le prime positive indicazioni che emergono dai dati di commercio estero del bimestre ottobre-novembre (per ora disponibili solo a livello aggregato e non anche provinciale), il 2006 potrebbe essersi chiuso con tassi di crescita ben superiori al 5%.

Il buon andamento complessivo del 2006 è confermato anche dall'analisi dell'evoluzione delle esportazioni nel periodo ottobre 2005 – settembre 2006<sup>2</sup> (tab. 1). In questi dodici mesi l'*export* delle aree distrettuali è salito in termini tendenziali del 5,6%<sup>3</sup>, potendo contare sulle buone performance dei distretti specializzati nel **Sistema casa (Beni per l'edilizia +12,1%; Manufatti vari<sup>4</sup> +10,3%)** e nei **Prodotti in metallo per l'industria (+11,3%)** e sul contributo offerto dai distretti della **Meccanica strumentale**, dell'**Alimentare** e dei **Beni di consumo del sistema moda**, cresciuti tra il 5 e il 5,5%. Pur non essendo particolarmente brillanti, i distretti specializzati in **Mobili ed elettrodomestici** confermano l'inversione di tendenza rispetto al 2005 quando accusarono un sensibile calo delle vendite, registrando una sostanziale stabilizzazione dei valori esportati. Continuano a sperimentare una diminuzione delle esportazioni i produttori distrettuali di **Beni intermedi del sistema moda** che sembrano non avere ancora superato il momento peggiore e continuano a risentire delle forti pressioni competitive esercitate dai produttori dei paesi emergenti e delle strategie di localizzazione produttiva dell'industria mondiale della moda.

Il confronto tra l'evoluzione delle aree distrettuali e quella dell'intera industria manifatturiera italiana ripropone il deficit di crescita dei distretti, che è interamente spiegato dalla loro peculiare specializzazione produttiva, caratterizzata dal forte peso delle produzioni del Sistema moda e di Mobili ed elettrodomestici. Nei

<sup>1</sup> Tutti i dati commentati in questo paragrafo sono espressi a prezzi correnti.

<sup>2</sup> Nella restante parte di questo paragrafo i dati verranno analizzati utilizzando questo indicatore.

<sup>3</sup> In questo paragrafo verrà commentato questo indicatore. Peraltro le variazioni tendenziali del terzo trimestre, che sono soggette a una volatilità elevata, vengono riportate nelle tabelle 1 e 2 e non forniscono indicazioni discordanti rispetto all'indicatore proposto.

<sup>4</sup> Tessile casa, ceramica per il consumo, manufatti in plastica per il consumo, posateria, coltelleria e pentolame, piccoli elettrodomestici, apparecchi per l'illuminazione.

medesimi settori industriali, infatti, le aree non distrettuali italiane non registrano *performance* superiori ai distretti.

**Tab. 1 - Andamento delle esportazioni dei distretti per settore**

(var. % su valori nominali del periodo corrispondente)

	2005		Ottobre 2005- Settembre 2006		Luglio 2006 - Settembre 2006	
	distretti	non distretti	distretti	non distretti	distretti	non distretti
<b>Settori ad elevata presenza distrettuale</b>						
Sistema moda: intermedi	-5,9	-3,2	-3,9	2,7	-3,4	4,6
Mobili ed elettrodomestici	-4,8	1,1	0,4	2,2	1,0	3,1
Sistema moda: beni di consumo	0,9	3,1	5,3	4,9	4,6	4,3
Meccanica strumentale	0,8	6,5	5,4	7,9	6,2	9,2
Alimentare	1,3	3,1	5,0	4,6	7,9	6,2
Sistema casa: manufatti vari	5,4	5,9	10,3	7,6	10,1	9,1
Prodotti in metallo per l'industria	12,3	5,5	11,3	9,8	10,4	13,5
Sistema casa: beni per l'edilizia	-0,5	-2,5	12,1	6,4	10,5	3,8
<b>Totale settori ad elevata presenza distrettuale</b>	-0,3	2,4	5,6	5,5	5,6	6,4
<b>Industria manifatturiera italiana</b>	-	5,3	-	8,2	-	7,2

*Nota: l'evoluzione delle esportazioni delle aree non distrettuali è ottenuta combinando la struttura produttiva settoriale dei distretti con la performance conseguita nelle aree non distrettuali. Le variazioni % dei periodi ottobre 2005-settembre 2006 e luglio 2006-settembre 2006 sono calcolate utilizzando i dati provvisori. Si veda l'Appendice Metodologica per una spiegazione di questo accorgimento.*

*Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat sul commercio con l'estero*

A livello geografico (tab. 2) il **Nord Ovest** mostra i risultati migliori (+12,6%), il Nord Est cresce, seppure lievemente, il Sud accusa cali non trascurabili di *export*, mentre il Centro migliora nettamente. Nel **Sud** la situazione resta critica (-5,8%), con cali di fatturato estero che hanno quasi toccato il 28% nei distretti della Basilicata e il 10% in quelli pugliesi, penalizzati dalla crisi e dal processo di ristrutturazione, via internazionalizzazione produttiva, del distretto del mobile imbottito della Murgia. Il miglioramento dei distretti del **Centro** (+4,7%) è spiegato dalle buone *performance* dei distretti delle Marche (+8,5%), dove vanno particolarmente bene la pelletteria del Tolentino, le calzature di Fermo e le macchine utensili e per il legno di Pesaro, ma anche dall'inversione di tendenza dei distretti toscani, che dopo un secondo trimestre difficile, sono ritornati a crescere, sospinti dalla pelletteria del Polo fiorentino della pelle.

**Tab. 2 – Evoluzione dei distretti per ripartizione geografica**  
(elaborazioni su dati a prezzi correnti)

	2005		Variazione % rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente		
	mln euro	comp. %	2005	Ottobre '05 - Settembre '06 *	Luglio '06 - Settembre '06 *
<b>Nord Ovest, di cui:</b>	<b>17.907</b>	<b>30,7%</b>	<b>3,2%</b>	<b>12,6%</b>	<b>12,4%</b>
Lombardia	13.836	23,7%	3,6%	13,6%	14,1%
Piemonte	3.964	6,8%	1,1%	9,3%	7,6%
<b>Nord Est, di cui:</b>	<b>25.078</b>	<b>42,9%</b>	<b>-1,5%</b>	<b>2,7%</b>	<b>1,5%</b>
Emilia-Romagna	7.807	13,4%	1,3%	4,8%	2,8%
Friuli-Venezia Giulia	1.994	3,4%	-5,0%	-4,9%	2,7%
Veneto	15.239	26,1%	-2,5%	2,6%	0,8%
<b>Centro, di cui:</b>	<b>12.035</b>	<b>20,6%</b>	<b>0,2%</b>	<b>4,7%</b>	<b>7,9%</b>
Marche	4.330	7,4%	0,3%	8,5%	13,2%
Toscana	7.587	13,0%	0,2%	2,8%	4,2%
<b>Sud, di cui:</b>	<b>3.390</b>	<b>5,8%</b>	<b>-10,0%</b>	<b>-5,8%</b>	<b>-8,0%</b>
Abruzzo	641	1,1%	0,6%	0,1%	-7,3%
Basilicata	214	0,4%	-23,9%	-27,8%	-36,2%
Campania	1.247	2,1%	-4,3%	-1,1%	5,9%
Puglia	1.199	2,1%	-17,7%	-9,7%	-17,3%
<b>Totale</b>	<b>58.410</b>	<b>100,0%</b>	<b>-0,3%</b>	<b>5,6%</b>	<b>5,6%</b>

\* le variazioni % sono calcolate utilizzando dati provvisori.

Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat - Commercio con l'estero

### La dispersione dei risultati a parità di specializzazione produttiva

Come si è visto il 2006 si dovrebbe essere chiuso con una crescita delle esportazioni distrettuali non inferiore al 5%. Questo dato positivo, utile per avere una visione d'insieme, va letto con attenzione visto che l'industria manifatturiera italiana continua a caratterizzarsi per una forte divaricazione dei risultati, non solo "tra" comparti produttivi ma anche "nei" comparti produttivi. All'interno degli stessi comparti produttivi, infatti, coesistono distretti in netta crescita e in ripresa e distretti più in difficoltà se non addirittura in crisi.

Dall'analisi dei bilanci aziendali, inoltre, è evidente come anche all'interno di distretti in salute vi siano imprese che versano in una situazione critica. Le buone *performance* del distretto delle calzature di Montebelluna, ad esempio, sono principalmente trainate dal successo e dall'affermazione di Geox e Stonefly, aziende specializzate nelle scarpe *casual comfort*, che più che compensano le difficoltà di molte imprese che svolgono la propria attività nel settore della produzione e commercializzazione di scarpe da sci, doposci e sci, ma anche di scarpe e abbigliamento sportivo. Al contrario le difficoltà del distretto di Manzano nascondono i buoni risultati ottenuti dalla Calligaris e dalla Moroso.

Nel resto di questo paragrafo, pertanto, verranno analizzate e confrontate, all'interno delle diverse filiere produttive, le *performance* ottenute sui mercati esteri dai distretti industriali italiani. In generale la variabilità dei risultati è maggiore nei distretti del **Sistema moda** e dei **Mobili ed elettrodomestici**, più

influenzati dalla “trasformazione geografica” dell’industria mondiale, che risente dell’affermazione delle economie emergenti e delle strategie di internazionalizzazione, produttiva e non, delle imprese dei paesi avanzati. Nella filiera dei metalli e nei Beni per l’edilizia del sistema casa la dispersione dei risultati è più contenuta e si registrano *performance* generalmente positive.

### **Prodotti in metallo per l’industria**

I distretti specializzati nella **Lavorazione dei metalli** registrano tassi di crescita elevati, sostenuti, e non poco, dai rincari subiti dai prezzi delle commodity. Spiccano, in particolare, i distretti della Metalmeccanica di Brescia (+45% nel periodo ottobre 2005-settembre 2006; tab. 3) e dei prodotti in metallo del Lecchese-Premana (+17,6%).

### **Meccanica**

Nella **Meccanica strumentale** quasi tutti i distretti hanno evidenziato un aumento delle vendite all’estero. Una delle poche eccezioni è il distretto delle Macchine agricole di Modena e Reggio Emilia che risente della riduzione delle superfici cerealicole e bieticole provocata dalla riforma della Politica Agraria Comunitaria. Si è consolidata la crescita del distretto delle Macchine per l’imballaggio di Bologna, che ha beneficiato dei buoni risultati ottenuti in Francia e Germania e in mercati emergenti come Turchia e Cina, che sono divenuti in poco tempo sbocchi commerciali di primissima importanza per il distretto. Anche la ripresa del distretto della Meccanica strumentale della Val Seriana (+11,6% nel periodo ottobre 2005-settembre 2006) poggia sulle buone *performance* ottenute nei mercati tradizionali (Germania, Francia e Stati Uniti) e, soprattutto, nelle aree emergenti (Cina e Turchia, che sono i primi due mercati di sbocco del distretto, ma anche India e Brasile). L’affermazione del distretto bergamasco sui mercati emergenti è stata possibile anche grazie alla politica di internazionalizzazione commerciale e produttiva del Miro Radici Group, che ha uffici commerciali e stabilimenti sparsi in tutto il mondo. In Cina, in particolare, il gruppo grazie alla sua presenza commerciale e produttiva (dal 2003 il gruppo ha uno stabilimento produttivo a Shanghai, dove attualmente realizza circa 40 milioni di fatturato, che dovrebbe salire nei piani aziendali a 200 entro tre anni), nonché al grado di innovazione tecnologica dei suoi macchinari, nel corso del 2006 è riuscito a conquistare due importanti accordi per la fornitura di telai a getto d’aria prodotti in Valle Seriana. Dal canto suo il distretto della meccanica strumentale di Brescia si è riportato in territorio positivo facendo leva sulla forte crescita delle esportazioni in Cina e in India. Il buon andamento sul mercato cinese può essere in parte spiegato dalle vendite di macchine per calze e per maglieria *seamless* del gruppo Lonati che, sulla base delle recenti commesse acquisite, dovrebbero mantenersi sostenute anche nei prossimi mesi. Il ruolo dei paesi emergenti (nell’ordine Cina, Federazione russa, India, Pakistan, Romania e Iran) è stato determinante anche nel caso del distretto della Meccanica strumentale di Vicenza.

Nella **Meccanica varia** continua a crescere a tassi sostenuti il distretto scaligero della termomeccanica (Verona).

### **Alimentare**

Nell’**Alimentare** la crescita dei distretti è quasi generalizzata: si distinguono in particolare i distretti del Vino (Veronese, Langhe, Roero e Monferrato, Prosecco di Conegliano Valdobbiadene) e l’alimentare di Parma, mentre il distretto delle conserve di Nocera Inferiore sembra aver interrotto la fase di forte contrazione delle esportazioni sperimentata nel triennio 2003-’05.

**Tab. 3 - Andamento delle esportazioni dei principali distretti italiani**  
(var. % su valori nominali del periodo precedente)

	2002	2003	2004	2005	Ottobre '05 - Settembre '06 *
<b>Tessile e abbigliamento</b>					
Tessile di Prato	-18,3	-11,7	6,7	-5,5	-5,9
Tessile-abbigliamento di Schio-Thiene-Valdagno	-0,4	-8,4	16,7	-10,1	-13,7
Tessile e abbigliamento della Val Seriana	-5,8	-7,8	0,9	-3,5	-1,2
Tessile e abbigliamento di Treviso	-1,9	-4,7	0,2	-0,4	-1,1
Tessile di Biella	-13,1	-3,1	5,8	-0,1	0,7
Maglieria e abbigliamento di Carpi	2,3	-8,6	-7,9	4,1	-9,1
Seta-Tessile di Como	-8,4	-6,6	-5,3	0,5	2,3
<b>Cuoio, pelletteria e calzature</b>					
Calzature di Fermo	-7,0	-8,9	-4,4	6,5	15,6
Polo fiorentino della pelle	-13,7	1,1	16,7	1,3	11,5
Concia e calz. di Santa Croce S/Arno	-6,3	-12,0	0,8	4,8	15,5
Concia di Arzignano	-0,9	-12,5	1,6	-10,2	-7,0
Calzature del Brenta	-1,8	-6,2	3,8	-2,8	-9,1
Calzatura sportiva di Montebelluna	2,8	6,8	2,8	4,0	8,3
<b>Accessori Moda</b>					
Occhialeria di Belluno	12,5	2,1	2,1	14,5	25,2
Oreficeria di Vicenza	-4,2	-26,2	2,9	-11,1	4,8
Oreficeria di Arezzo	-7,7	-25,5	-5,9	13,1	-2,6
<b>Mobili ed elettrodomestici</b>					
Mobile del Livenza e Quartiere del Piave	-0,5	-2,7	5,5	1,4	8,7
Legno-arredo di Brianza	-6,0	-5,6	0,5	5,7	10,8
Murgia	1,2	-6,0	-1,5	-19,5	-17,3
Sedie e tavoli di Manzano	0,9	-7,4	-3,6	-9,6	-8,8
Cappe aspiranti ed elettrodomestici di Fabriano	5,1	35,0	11,6	-6,9	2,2
Elettrodomestici di Inox valley	-2,0	-1,7	-3,4	-3,8	-0,5
<b>Beni per l'edilizia e Manufatti per la Casa</b>					
Piastrelle di Sassuolo	0,9	-4,5	5,3	-2,1	7,0
Lumezzane:rubinetti e pentolame	-7,0	19,3	11,7	3,7	29,1
Rubineria e valvolame del Cusio-Valsesia	-1,2	-2,3	6,2	3,4	15,6
<b>Meccanica e lavorazione dei metalli</b>					
Metalmeccanica di Brescia e Valli Bresciane	-10,8	10,1	27,7	10,5	45,0
Prodotti metallo di Lecchese-Premana	-8,5	-9,5	21,6	20,0	17,6
Meccanica strumentale di Vicenza	-5,7	-6,7	10,5	-1,8	6,1
Meccanica Strumentale di Varese	-4,4	-0,6	-0,6	9,0	6,5
Meccanica strumentale del Bresciano	-15,6	21,2	5,0	-9,8	2,3
Macchine agric. di Reggio/Modena	9,0	-2,3	7,6	7,1	-1,2
Macchine per imballaggio di Bologna	3,4	8,2	16,0	1,4	5,1
<b>Totale 102 distretti</b>	<b>-3,4</b>	<b>-4,2</b>	<b>3,9</b>	<b>-0,3</b>	<b>5,6</b>
<b>Totale aree non distrettuali</b>	<b>-2,4</b>	<b>-5,1</b>	<b>3,7</b>	<b>2,4</b>	<b>5,5</b>
<b>Industria manifatturiera italiana</b>	<b>-1,5</b>	<b>-2,7</b>	<b>7,6</b>	<b>5,3</b>	<b>8,2</b>

*Nota: l'evoluzione delle esportazioni delle aree non distrettuali è ottenuta combinando la struttura produttiva settoriale dei distretti con la performance conseguita nelle aree non distrettuali. Le variazioni % del periodo ottobre 2005 - settembre 2006 sono calcolate utilizzando i dati provvisori dei periodi ottobre 2005 - settembre 2006 e ottobre 2004 - settembre 2005. L'elenco di tutti i distretti monitorati in questo Rapporto si trova nel Cruscotto dei Distretti (pag. 47).*

*Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat sul commercio con l'estero*

## **Sistema moda**

Nel **Sistema moda** accelerano ulteriormente i distretti della **pelletteria** (Polo fiorentino della Pelle e Pelletteria del Tolentino) e l'**occhialeria** di Belluno (tab. 3), in forte crescita su tutti i principali mercati di sbocco (Stati Uniti, Spagna, Francia, ma anche Regno Unito, Germania, Hong Kong, Corea del Sud, Brasile). Nelle altre specializzazioni del Sistema moda (calzature, concia, oreficeria, tessile-abbigliamento) permane, invece, una situazione di elevata variabilità dei risultati.

Nei distretti **calzaturieri** crescono a ritmi sostenuti i distretti di Fermo e San Mauro Pascoli, anche grazie all'affermazione sul mercato russo, e Montebelluna, trainato, come si è visto, dal successo di Geox e Stonefly e dai mercati tedesco e spagnolo. Subiscono, invece, riduzioni dell'*export* i distretti del Nord Barese, di Lamporecchio, di Fusignano e del Brenta. Sempre nella filiera della pelle tra i distretti **conciari** crescono a tassi sostenuti le esportazioni di S. Croce sull'Arno, stenta ancora Arzignano, continua ad arretrare Solofra.

Nel **tessile/abbigliamento** soffrono alcune importanti realtà distrettuali come Carpi, che subisce perdite di fatturato estero sia nella maglieria che nell'abbigliamento, Prato e Schio-Thiene-Valdagno. Prato, nonostante le *performance* positive dell'abbigliamento, che riflettono anche il successo e l'affermazione della Tessilform, subisce un ulteriore calo delle esportazioni, causato dalle difficoltà dei comparti tessile e della maglieria. I risultati di Schio-Thiene-Valdagno sono anche influenzati dalle strategie di internazionalizzazione produttiva di alcune importanti realtà distrettuali. La Marzotto, ad esempio, ha da tempo implementato un profondo processo di razionalizzazione industriale che ha visto lo spostamento su segmenti di mercato a più elevato valore aggiunto e l'abbandono delle fasce di prodotto basiche, la chiusura di importanti stabilimenti produttivi in Italia, l'internazionalizzazione produttiva di una significativa parte dei filati e tessuti che è iniziata nel 2002 con l'apertura di stabilimenti produttivi in Repubblica Ceca e Lituania ed è proseguita più di recente in Cina e Romania. Anche l'affermazione di importanti gruppi come Diesel e Grotto ha fatto leva, oltre che sul *design*, sull'innovazione, sul marketing e sulla fase distributiva, anche sull'internazionalizzazione produttiva. Il gruppo Grotto, ad esempio, a supporto del proprio marchio Gas ha sviluppato una capillare rete commerciale (circa 3.000 punti vendita di cui 300 monomarca) che viene approvvigionata con prodotti realizzati sia da produttori dell'Est Europa sia Asiatici. Al momento i rapporti di fornitura con i contoterzisti dell'Est Europa vedono la Grotto selezionare tessuti ed accessori necessari per la produzione e presidiare l'attività logistica. Le merci finite passano quindi per la sede di Chiappano dove viene svolto il controllo qualità e viene gestito il confezionamento dei pacchi destinati ad essere distribuiti nei negozi. Nel caso dei rapporti con il Far East ed il Canada, invece, i rapporti di fornitura sono di tipo commerciale. L'azienda seleziona i fornitori più affidabili (dal punto di vista della qualità dei prodotti, dei tempi di consegna etc.) esternalizzando completamente la produzione, che viene poi commercializzata su paesi terzi senza rientrare nella sede centrale. Tale tipo di rapporti di fatto sposta i rischi della gestione operativa (materie prime, magazzino etc.) sui fornitori e consente di ridurre le barriere doganali e non. Grotto ha intenzione di estendere queste modalità di relazioni commerciali, che richiedono comunque elevate competenze per il coordinamento delle fasi distributive e

produttive, anche in altre aree geografiche come la Russia, l'Ucraina e la Romania.

Calano lievemente le esportazioni dei distretti di Treviso e della Valle Seriana, penalizzati entrambi dalle difficoltà del comparto tessile (cui si aggiunge nel caso di Treviso la maglieria), che annullano i buoni risultati ottenuti nell'abbigliamento. Sono, invece, per lo più stabili le esportazioni di altri due importanti distretti tessili, Biella e Como, mentre, dopo alcuni anni difficili, consolida la crescita del primo semestre il distretto della calzetteria di Castel Goffredo, che ha anche beneficiato della crescente domanda espressa dalla Federazione Russa e dalla Grecia. Il buon dato di Castel Goffredo nasconde anche fenomeni di internazionalizzazione produttiva, ben evidenti anche dalla progressiva crescita dell'interscambio commerciale con i paesi dell'Est Europa (Serbia, Slovacchia, Polonia e Romania). Golden Lady e Pompea, ad esempio, hanno recentemente aperto stabilimenti produttivi in Serbia al fine di avvicinare con maggior successo i mercati dell'Est Europa e, in particolare, il mercato russo (dove i prodotti provenienti dalla Serbia possono circolare senza dazi o quasi), dove, peraltro, si accingono ad avviare nuovi insediamenti produttivi.

Tra i distretti minori, subisce un calo dell'*export* l'abbigliamento **Nord Abruzzese**, ritorna a cresce seppure lievemente, dopo la decelerazione del secondo trimestre, la **Jeans valley di Montefeltro**, crescono i distretti del **Sud Abruzzese** (Chieti e Pescara) e l'abbigliamento di **Empoli** e del **Barese**, resta su un sentiero di crescita positivo l'abbigliamento del **Napoletano** e di **Rimini**, trainato dagli ottimi risultati conseguiti in Russia (che è divenuto il primo mercato di sbocco del distretto), in Francia, ma anche in Spagna, Germania e Olanda, che più che compensano il crollo di fatturato patito negli Stati Uniti.

### **Sistema casa**

Nel Sistema casa si registra la situazione di estrema difficoltà di alcuni distretti del **Mobile** (su tutti la Murgia) e della **Ceramica** (Sesto Fiorentino e Bassano del Grappa e Nove). Diverso è il quadro congiunturale presente negli altri distretti del Sistema casa: l'evoluzione delle esportazioni delle aree specializzate negli **Elettrodomestici** migliora ulteriormente, divenendo lievemente positiva, mentre il ritmo di crescita dei distretti specializzati nella **Coltelleria, posateria e pentolame** (Lecco e Lumezzane) e di alcune aree che producono **Beni per l'edilizia** (su tutti la rubinetteria di Lumezzane e del Cusio-Valsesia) si mantiene sostenuto. Nei Beni per l'edilizia mostrano segnali di miglioramento anche i distretti specializzati nel taglio e nella lavorazione di marmo, graniti e porfido, mentre il distretto delle Piastrelle di Sassuolo, pur manifestando un certo rallentamento, mantiene un profilo di crescita positivo, grazie agli ottimi risultati ottenuti sul mercato russo, dove le esportazioni passano da quasi 22 milioni di euro nei primi nove mesi del 2005 a circa 68 milioni nello stesso periodo del 2006. Nei distretti del Mobile ha mostrato gradualmente segni di miglioramento il distretto delle cucine di Pesaro, che, facendo leva sui mercati emergenti (su tutti la Federazione russa, ma anche la Turchia, l'Arabia Saudita, l'Ucraina, l'Algeria e il Marocco), ha registrato una crescita delle esportazioni, nonostante i pesanti arretramenti patiti negli Stati Uniti e in Germania. Sempre nel Mobile si sono andati consolidando i buoni risultati ottenuti dai distretti del mobile di Livorno e Quartiere del Piave e del legno-arredo della Brianza. Già in passato queste aree avevano dimostrato buoni livelli di competitività che riflettevano la qualità e

l'ampia varietà dell'offerta (tab. 4), la diversificazione dei mercati, la capacità di rivedere velocemente gli sbocchi commerciali, indirizzando le esportazioni verso i mercati più dinamici (Federazione russa *in primis*, ma anche Spagna). In particolare nel corso del 2006 entrambi i distretti hanno ottenuto ottime *performance* in gran parte dei principali mercati di sbocco. Più nel dettaglio le vendite all'estero della Brianza sono state trainate dagli Stati Uniti, dalla Francia e dalla Federazione russa, mentre quelle di Livenza e Quartiere del Piave sono state principalmente supportate dai mercati inglese e francese.

**Tab. 4 – Struttura produttiva dei distretti mobiliari, 2001**

(composizione % in termini di addetti)

	Sedie e divani	Mobili per uffici e negozi	Mobili per cucina	Altri mobili (camere, soggiorni, etc.)	Totale
Mobile imbottito della Murgia	87%	4%	2%	7%	100%
Legno-arredo della Brianza	26%	18%	3%	53%	100%
Cucine di Pesaro	11%	12%	17%	60%	100%
Mobile del Livenza e Quartiere del Piave	12%	15%	12%	62%	100%
Sedia di Manzano	62%	9%	6%	24%	100%

Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati del Censimento Istat 2001.

(Giovanni Foresti)

## Gli approfondimenti

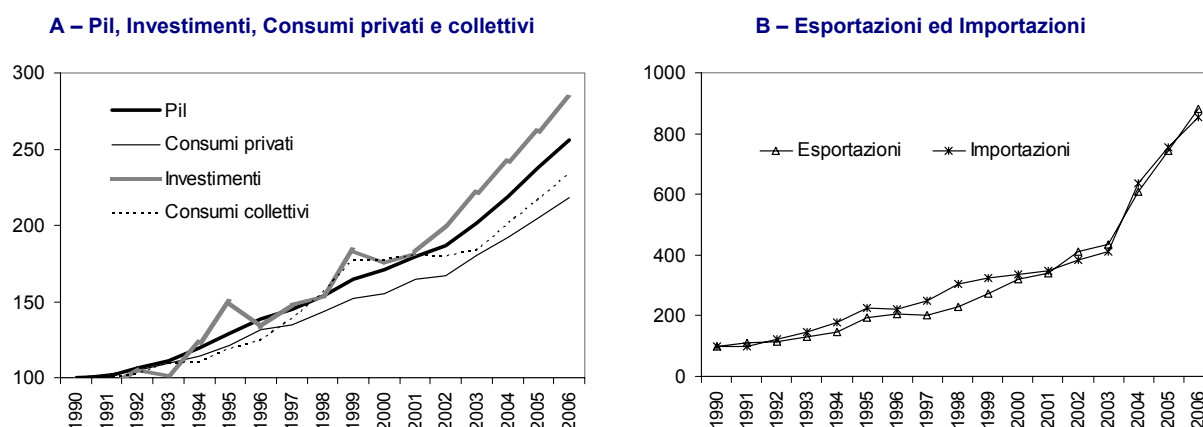
### A. India: quali opportunità per i distretti italiani?

#### Introduzione

Negli ultimi anni l'India è stata una delle economie più dinamiche a livello mondiale, con tassi di crescita che tra il 2003 e il 2006 si sono collocati intorno all'8%. Questo sviluppo può essere spiegato con la progressiva apertura commerciale e ai capitali stranieri<sup>5</sup>, nonché con l'importante processo di riforme interne (liberalizzazione delle imprese private, creazione di zone esenti da imposizione fiscale e di linee di credito vantaggiose, snellimento delle pratiche amministrative e fiscali, etc.). Questi interventi hanno attivato e/o "sbloccato" alcuni vantaggi competitivi dell'economia indiana che vanno dalla disponibilità di manodopera qualificata alla diffusione della lingua inglese, dalla ricchezza del sottosuolo alle condizioni di costo favorevoli, dalla presenza di un sistema finanziario, giuridico e fiscale non molto lontano dagli *standard* internazionali (a differenza ad esempio della Cina) alla recente introduzione di norme a tutela della proprietà intellettuale.

Lo sviluppo dell'economia indiana ha riguardato l'industria e soprattutto i servizi. L'espansione dell'India, che ha subito una accelerazione negli ultimi anni, ha potuto contare su un vero e proprio balzo delle esportazioni, nonché sul contributo offerto dalla domanda interna, che ha visto crescere a tassi sostenuti gli investimenti ma anche i consumi privati (fig. A.1). Il recente sviluppo economico, infatti, ha portato alla nascita di una classe media (stimata in un centinaio di milioni di persone) con una buona propensione al consumo.

FIG. A.1 – Evoluzione economica dell'India (dati a prezzi costanti; 1990=100)



Fonte: EIU

<sup>5</sup> I capitali stranieri continuano però ad essere soggetti ad alcune limitazioni quantitative. Alcune attività, inoltre, sono riservate al settore pubblico, altre possono essere esercitate solo dopo il rilascio di licenze non automatiche da parte delle autorità, che conservano ampi poteri discrezionali.

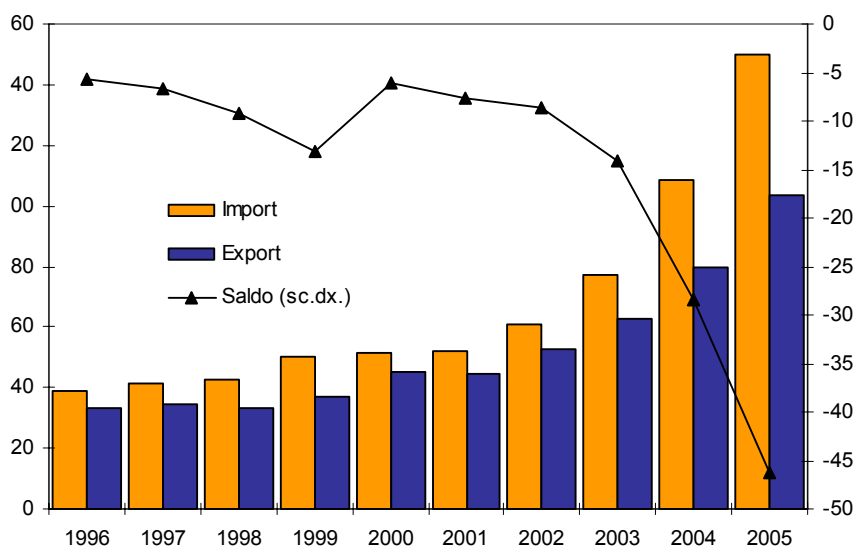
Lo sviluppo recente dell'India ha attivato una forte domanda di beni importati che si è riflesso in un "salto" delle importazioni, che tra il 2003 e il 2006 si sono più che raddoppiate. Ciò testimonia le potenzialità di questa economia, che, nonostante i forti squilibri nella distribuzione nazionale del reddito, con sacche di povertà ancora diffuse, si colloca al quarto posto nel mondo in termini di Pil (valutato su base PPP, tenuto cioè conto del livello dei prezzi presente nelle diverse economie).

L'importanza e le buone prospettive di crescita dell'economia rendono interessante valutare la capacità delle imprese italiane di avvicinare con successo il mercato indiano. Nei prossimi paragrafi, analizzando i dati dei flussi commerciali, si cercherà di capire se e in quali produzioni il tessuto produttivo italiano e, più in particolare, i distretti industriali hanno saputo conquistare quote di mercato in india. L'approfondimento parte da un confronto delle *performance* all'export delle principali economie mondiali sul mercato indiano. I risultati ottenuti dall'industria italiana vengono poi valutati a livello di settore e di distretto.

### Composizione e dinamica delle importazioni indiane

Come si è visto, la forte crescita dell'India degli ultimi anni si è accompagnata ad un progressivo e significativo incremento dei flussi di commercio con l'estero, sia in entrata che in uscita. L'accelerazione è stata notevole soprattutto a partire dal 2003, anno a partire dal quale il saldo commerciale indiano inizia a peggiorare in modo significativo (fig. A.2).

**FIG. A.2 – India: evoluzione dei flussi commerciali di merci**  
(miliardi di \$, salvo diversa indicazione; dati a prezzi correnti)



Fonte: Unctad

La rapida espansione delle importazioni, ed il conseguente peggioramento del saldo, sono da attribuirsi soprattutto all'acquisto all'estero di beni connessi alla forte crescita del paese, in particolare carburanti, beni intermedi e beni capitali che rappresentano la quasi totalità degli acquisti indiani. Assai ridotta è la quota di importazioni di beni di consumo, in cui l'India, invece, vanta una elevata

specializzazione, in particolare per quanto riguarda i beni tradizionali, e che rappresentano un quarto circa dell'export indiano. E' da segnalare, tuttavia, come dal 2000 al 2005 i settori che hanno riscontrato le migliori performance all'export non siano tanto quelli tradizionali (insidiati dagli altri concorrenti asiatici, innanzitutto cinesi), quanto prodotti a maggiore contenuto tecnologico come i mezzi di trasporto e, in misura minore, i beni di investimento.

**TAB. A.1 – Flussi di scambio per tipo di prodotto***(elaborazioni su dati a prezzi correnti)*

	Importazioni				Esportazioni				Saldo	
	miliardi di \$		comp. %	Var. %	miliardi di \$		comp. %	Var. %	miliardi di \$	
	2000	2005	2005	2000-'05	2000	2005	2005	2000-'05	2000	2005
Alimentari	2.1	4.3	2.9%	106.8	4.9	7.4	7.2%	50.5	2.8	3.1
Olio e carburanti	17.3	50.4	33.6%	191.6	1.9	11.6	11.2%	494.3	-15.3	-38.8
Forniture industriali	21.5	54.4	36.4%	152.7	20.3	46.8	45.2%	130.4	-1.3	-7.7
<i>beni intermedi e semilavorati</i>	14.6	41.5	27.7%	185.2	18.9	39.5	38.2%	108.5	4.4	-2.0
Beni di investimento	7.6	27.2	18.2%	256.6	2.9	7.6	7.3%	161.6	-4.7	-19.6
Mezzi di trasporto	1.0	9.1	6.1%	773.8	1.5	4.7	4.5%	222.2	0.4	-4.4
Beni di consumo	0.8	2.8	1.9%	247.8	12.7	24.2	23.4%	90.3	11.9	21.4
<i>durevoli</i>	0.2	0.9	0.6%	347.8	1.8	5.1	4.9%	187.7	1.6	4.2
<i>semi-durevoli</i>	0.3	0.9	0.6%	273.4	7.8	12.5	12.1%	59.5	7.6	11.5
<i>non durevoli</i>	0.4	1.0	0.6%	171.0	3.1	6.6	6.4%	112.3	2.8	5.7
Altri beni	1.0	1.5	1.0%	48.7	1.0	1.2	1.1%	17.3	0.0	-0.3
<b>Totale</b>	<b>51.4</b>	<b>149.7</b>	<b>100.0%</b>	<b>191.5</b>	<b>45.2</b>	<b>103.4</b>	<b>100.0%</b>	<b>128.5</b>	<b>-6.1</b>	<b>-46.3</b>

Nota: i beni sono classificati in base alla BEC (Broad Economic Categories) Rev. 3

Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Unctad

Tra coloro che hanno maggiormente approfittato della crescita delle importazioni indiane vi sono, innanzitutto, i produttori di petrolio e beni energetici. Le statistiche indiane, tuttavia, non riportano nel dettaglio la provenienza degli approvvigionamenti petroliferi che vengono interamente attribuiti alla voce "aree non specificate" (voce che risulta, pertanto, il principale esportatore verso l'India, con circa il 30% delle importazioni del paese, tab. A.2).

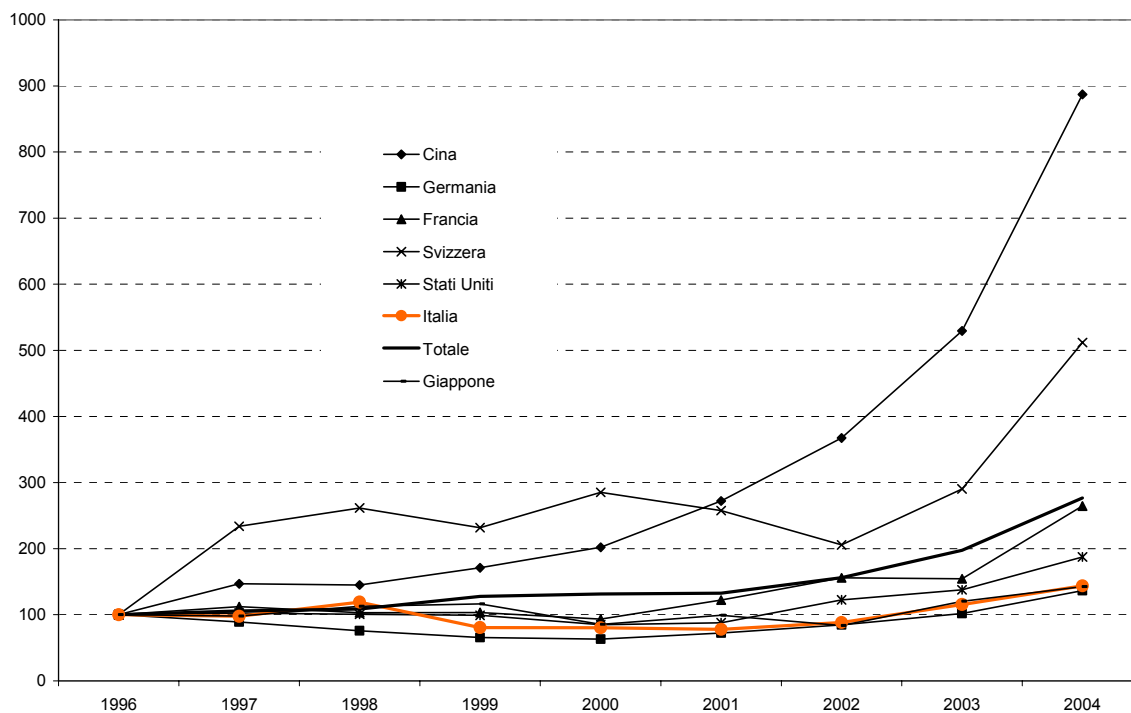
Al secondo posto nella classifica dei principali esportatori sul mercato indiano troviamo la Cina che ha fortemente incrementato le proprie quote, superando nel 2005 i 10 miliardi di export nel subcontinente. Seguono gli Stati Uniti che, tuttavia, negli ultimi anni non hanno incrementato le proprie quote sull'import indiano. Ottime le *performance*, invece, di tre paesi europei: Svizzera, Germania e Francia le cui esportazioni in India hanno registrato un tasso di crescita più elevato rispetto alla dinamica complessiva dell'*import* del paese, riuscendo, pertanto, a guadagnare quote rispetto ad altri *competitors*, dopo un periodo di relativa stabilità (fig. A.3). Viceversa l'Italia ha sperimentato una crescita che, seppure significativa, risulta inferiore a quella complessiva e nel 2005 detiene una quota solo di poco superiore all'1%.

**TAB. A.2 – Flussi di importazioni per paese di provenienza - 2005**  
(elaborazioni su dati a prezzi correnti)

	miliardi di \$	%	Var. % 2003-'05
Aree non specificate	44.46	29.7%	116.8
Cina	10.91	7.3%	172.5
USA	9.50	6.3%	91.0
Svizzera	6.57	4.4%	101.0
Germania	6.05	4.0%	109.7
Australia	4.97	3.3%	89.8
Belgio	4.74	3.2%	20.8
Corea	4.58	3.1%	63.9
Emirati Arabi Uniti	4.37	2.9%	114.8
Francia	4.13	2.8%	283.3
Giappone	4.08	2.7%	54.7
Regno Unito	3.95	2.6%	23.5
Singapore	3.37	2.2%	63.4
Indonesia	3.02	2.0%	44.0
Sud Africa	2.48	1.7%	32.3
Malesia	2.43	1.6%	19.9
Hong Kong	2.22	1.5%	50.2
Fed. Russa	2.03	1.4%	115.6
Italia	1.86	1.2%	76.1
<b>Totale</b>	<b>149.75</b>	<b>100.0%</b>	<b>94.0</b>

Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Unctad

**FIG. A.3 – Evoluzione delle importazioni per paesi**  
(1996 = 100; dati a prezzi correnti)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Unctad

Una motivazione significativa della minore *performance* italiana rispetto a quella di altri paesi riguarda la forte specializzazione del nostro paese sui beni di consumo, tra le voci che rivestono un peso poco significativo sulle importazioni indiane, prodotti in cui la quota italiana sull'*import* indiano è pari al 3,2% (quota decisamente inferiore a quanto si riscontra per la Cina o gli Stati Uniti).

**TAB. A.3 – Quote di mercato per tipo di prodotto, 2005**  
(elaborazioni su dati a prezzi correnti)

	Aree non specificate	Cina	USA	Svizzera	Germania	Francia	Giappone	Regno Unito	Italia
Alimentari	0.0%	0.4%	2.3%	0.0%	0.1%	0.5%	0.0%	0.9%	0.5%
Olio e carburanti	99.3%	6.6%	2.0%	0.0%	0.3%	0.1%	0.8%	0.1%	0.2%
Forniture industriali	0.3%	40.7%	32.8%	86.7%	28.7%	15.6%	30.3%	70.1%	32.8%
<i>beni intermedi e semilavorati</i>	0.3%	39.1%	27.0%	85.4%	26.8%	14.5%	29.0%	26.1%	29.9%
Beni di investimento	0.1%	43.4%	31.8%	9.7%	55.8%	18.8%	43.6%	20.5%	54.8%
Mezzi di trasporto	0.0%	2.4%	23.0%	0.3%	9.6%	61.6%	18.9%	4.1%	3.5%
Beni di consumo	0.0%	5.5%	4.9%	2.6%	2.1%	1.7%	3.7%	3.2%	4.8%
<i>durevoli</i>	0.0%	1.9%	1.7%	0.5%	0.3%	0.1%	2.0%	0.4%	1.2%
<i>semi-durevoli</i>	0.0%	2.5%	1.3%	0.1%	0.6%	0.6%	0.7%	0.8%	1.7%
<i>non durevoli</i>	0.0%	1.1%	2.0%	2.0%	1.2%	0.9%	1.0%	2.0%	1.9%
Altri beni	0.2%	1.0%	3.2%	0.6%	3.4%	1.8%	2.7%	1.2%	3.4%
<b>Totale</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>
	Aree non specificate	Cina	USA	Svizzera	Germania	Francia	Giappone	Regno Unito	Italia
Alimentari	0.0%	1.0%	5.0%	0.0%	0.2%	0.5%	0.0%	0.8%	0.2%
Olio e carburanti	87.6%	1.4%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%
Forniture industriali	0.3%	8.2%	5.7%	10.5%	3.2%	1.2%	2.3%	5.1%	1.1%
<i>beni intermedi e semilavorati</i>	0.3%	10.3%	6.2%	13.5%	3.9%	1.4%	2.8%	2.5%	1.3%
Beni di investimento	0.2%	17.4%	11.1%	2.3%	12.4%	2.9%	6.5%	3.0%	3.8%
Mezzi di trasporto	0.1%	2.9%	24.0%	0.2%	6.4%	28.0%	8.4%	1.8%	0.7%
Beni di consumo	0.5%	21.2%	16.4%	6.1%	4.4%	2.4%	5.3%	4.4%	3.2%
<i>durevoli</i>	0.7%	22.9%	17.3%	3.8%	2.1%	0.6%	8.7%	1.7%	2.4%
<i>semi-durevoli</i>	0.3%	28.3%	12.5%	0.9%	3.7%	2.5%	3.0%	3.5%	3.4%
<i>non durevoli</i>	0.4%	12.4%	19.4%	13.5%	7.5%	4.1%	4.3%	8.0%	3.6%
Altri beni	6.2%	7.7%	20.9%	2.7%	14.2%	5.1%	7.7%	3.3%	4.4%
<b>Totale</b>	<b>29.7%</b>	<b>7.3%</b>	<b>6.3%</b>	<b>4.4%</b>	<b>4.0%</b>	<b>2.8%</b>	<b>2.7%</b>	<b>2.6%</b>	<b>1.2%</b>

Nota: i beni sono classificati in base alla BEC (Broad Economic Categories) Rev. 3

Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Unctad

Leggermente più elevata è la quota italiana nei beni di investimento, in cui l'Italia vanta alcuni punti di forza significativi (macchine per i settori tradizionali, macchine agricole), ma su posizioni di gran lunga inferiori sia ai produttori emergenti (Cina) sia ai tradizionali *competitors* (USA, Germania, Giappone).

La quota relativa ai mezzi di trasporto è, invece, decisamente bassa rispetto agli eccellenti risultati della Francia (che sfiora il 30%) e degli Stati Uniti (complici anche gli ordini di aeromobili da parte dei *carrier* aerei indiani).

E' peraltro doveroso sottolineare come l'analisi delle quote sulle importazioni sia influenzata, oltre che da fattori legati alla competitività dei diversi paesi, anche da altri elementi, quali ad esempio le politiche di delocalizzazione e *joint-venture* delle multinazionali (ad esempio nel settore farmaceutico-chimico per la Svizzera, nel settore auto per la Francia, nell'elettronica per gli USA). Fino al recentissimo passato, inoltre, il mercato indiano presentava per alcuni prodotti degli elevati dazi in entrata che hanno contribuito a incentivare pratiche di triangolazione, con l'utilizzo di paesi (come gli Emirati Arabi Uniti) che, in virtù di accordi bilaterali, presentavano barriere doganali inferiori. E' questo il caso, ad esempio, dell'oreficeria, settore in cui l'India rappresenta uno dei maggiori consumatori a livello mondiale.

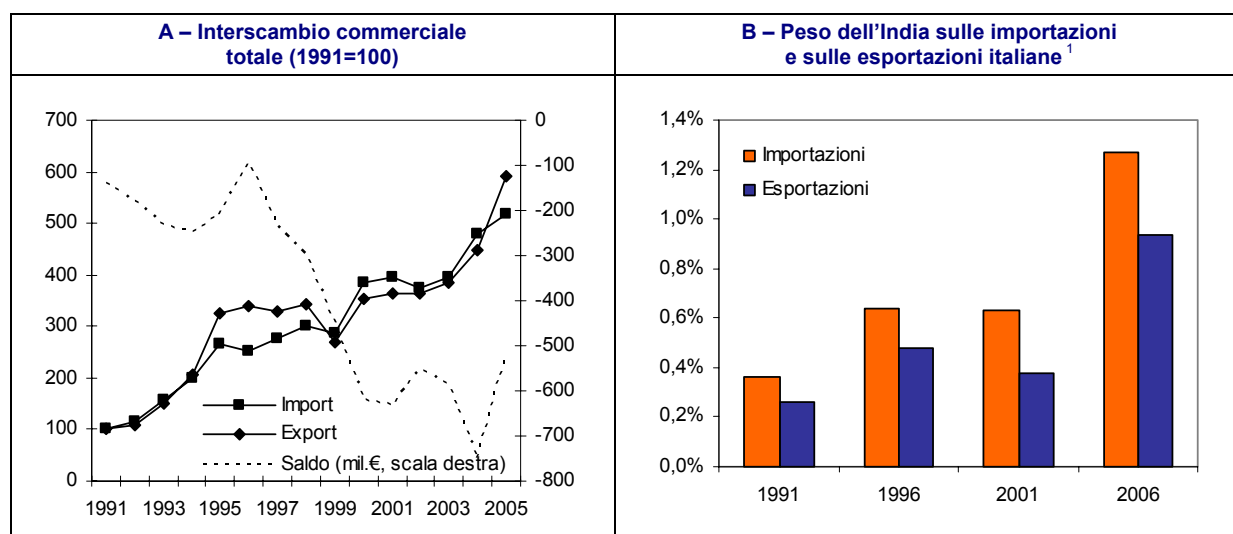
### L'interscambio commerciale tra Italia e India

Le esportazioni italiane in India rappresentano, come abbiamo visto, una quota decisamente contenuta ed inferiore a quella detenuta dal nostro paese sul commercio mondiale, spiazzate sia dal forte peso che rivestono i prodotti primari (energetici innanzitutto) sia, all'interno del manifatturiero, dai *competitor* a basso costo e da quelli ad elevato potenziale tecnologico. Esaminando l'interscambio bilaterale Italia-India si riscontra, innanzitutto, come ci sia stata, comunque, anche per l'Italia una forte accelerazione sia delle esportazioni sia delle importazioni nel corso degli ultimi anni che ha portato (a fronte di un saldo negativo) ad una crescita significativa del peso dell'India nel nostro interscambio.

Il livello e la rilevanza degli scambi bilaterali tra Italia ed India rimangono comunque ridotti ed offrono, pertanto, un elevatissimo potenziale di sviluppo, sia per quanto riguarda le tradizionali voci di interscambio sia per prodotti e settori finora poco esplorati.

**FIG. A.4 – Interscambio commerciale: Italia e India**

(miliardi di euro correnti)



<sup>1</sup> Dal 2005 i dati sono provvisori. Per il 2006 i dati si riferiscono ai primi nove mesi dell'anno.

Fonte: elab. Intesa Sanpaolo su dati ISTAT

Attualmente gli scambi tra India ed Italia vedono come principale voce delle nostre esportazioni la meccanica, che da sola copre più del 40% delle vendite italiane sul mercato indiano. Rilevante è anche il peso di altri beni di investimento (strumenti di precisione, elettromedicale, elettronica, elettrotecnica) mentre la seconda e la terza voce delle nostre esportazioni è costituita da beni intermedi (prodotti chimici e prodotti metallurgici), in uno schema che ricalca da vicino la composizione delle *import* indiane vista in precedenza.

**TAB. A.4 - Interscambio bilaterale Italia – India per settore**  
(2005 - elaborazioni su dati a prezzi correnti)

	Importazioni			Esportazioni			Saldo mln €
	mln €	%	Peso su totale settoriale	mln €	%	Peso su totale settoriale	
DK29 - Macchine ed apparecchi meccanici	87,33	3,97%	0,40%	710,45	42,32%	1,19%	623,12
DG24 - Prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali	207,40	9,42%	0,50%	202,80	12,08%	0,67%	-4,60
DJ27 - Prodotti della metallurgia	165,26	7,51%	0,61%	104,65	6,23%	0,61%	-60,61
DL33 - App. medicali, di precisione, strumenti di misura	8,89	0,40%	0,10%	102,31	6,09%	1,40%	93,42
DL31 - Macchine ed apparecchi elettrici n.c.a.	31,13	1,41%	0,38%	69,67	4,15%	0,63%	38,54
DL32- Apparecchi radiotelevisivi e per le telecom.	21,14	0,96%	0,16%	69,42	4,14%	0,96%	48,28
DC19 - Cuoio, calzature, pelletteria	215,13	9,78%	3,29%	53,15	3,17%	0,42%	-161,98
DM34 - Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	168,28	7,65%	0,48%	52,22	3,11%	0,22%	-116,07
DB17 - Prodotti tessili	370,70	16,85%	5,26%	49,53	2,95%	0,35%	-321,17
DJ28 - Prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti	61,86	2,81%	1,28%	48,80	2,91%	0,37%	-13,07
DF23 - Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili	6,03	0,27%	0,11%	36,86	2,20%	0,38%	30,82
DN36 - Mobili e altri prodotti	114,99	5,23%	2,24%	34,08	2,03%	0,23%	-80,91
DH25 - Articoli in gomma e materie plastiche	52,63	2,39%	0,83%	26,23	1,56%	0,23%	-26,40
DI26 - Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	35,88	1,63%	1,13%	24,73	1,47%	0,28%	-11,15
DM35 - Altri mezzi di trasporto	12,77	0,58%	0,21%	24,13	1,44%	0,27%	11,36
DA15 - Prodotti alimentari e bevande	77,00	3,50%	0,41%	13,80	0,82%	0,08%	-63,20
CB14 - Altri prodotti delle miniere e delle cave	89,91	4,09%	7,49%	13,73	0,82%	2,91%	-76,18
DE21 - Pasta da carta, carta, cartone e prodotti di carta	3,58	0,16%	0,06%	13,39	0,80%	0,28%	9,81
DL30 - Macch.per ufficio, elaboratori e sistemi informatici	1,12	0,05%	0,01%	10,15	0,60%	0,49%	9,03
DD20 - Legno e prodotti in legno e sughero	5,07	0,23%	0,14%	7,97	0,47%	0,58%	2,90
DB18 - Articoli di abbigliamento	390,24	17,73%	4,73%	4,95	0,30%	0,04%	-385,29
AA01 - Prodotti dell'agricoltura e della caccia	67,85	3,08%	0,85%	2,44	0,15%	0,06%	-65,41
DE22 - Prodotti dell'editoria e della stampa	1,15	0,05%	0,13%	2,32	0,14%	0,14%	1,16
KK72 - Prodotti informatici	0,06	0,00%	0,01%	0,33	0,02%	0,37%	0,27
CA10 - Carbon fossile, lignite e torba	0,01	0,00%	0,00%	0,28	0,02%	4,98%	0,28
BB05 - Prodotti della pesca e della piscicoltura	0,11	0,01%	0,01%	0,15	0,01%	0,08%	0,03
OO92 - Prodotti delle attività ricreative,culturali e sportive	0,09	0,00%	0,09%	0,12	0,01%	0,04%	0,03
KK74 - Prodotti delle attività professionali ed imprenditoriali	0,03	0,00%	0,55%	0,03	0,00%	0,19%	0,00
AA02 - Prodotti della silvicoltura	2,66	0,12%	0,51%	0,01	0,00%	0,01%	-2,65
CB13 - Minerali metalliferi	0,00	0,00%	0,00%	0,00	0,00%	0,00%	0,00
OO93 - Prodotti dei servizi alle famiglie	1,82	0,08%	59,13%	0,00	0,00%	0,00%	-1,82
RR99 - Merci dichiarate come provviste di bordo	0,38	0,02%	0,01%	0,00	0,00%	0,00%	-0,38
DA16 - Prodotti a base di tabacco	0,01	0,00%	0,00%	0,00	0,00%	0,00%	-0,01
OO90 - Prodotti dello smaltimento dei rifiuti solidi	0,00	0,00%	0,00%	0,00	0,00%	0,00%	0,00
<b>Totale</b>	<b>2200,55</b>	<b>100%</b>	<b>0,71%</b>	<b>1678,70</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,56%</b>	<b>-521,85</b>

Fonte: Istat

Dal lato delle importazioni, invece, il primato spetta alla filiera del tessile abbigliamento (che rappresentano più di un terzo dell'*import* indiano in Italia) e di quella delle pelli (con poco meno del 10%).

E' interessante notare come alcune voci siano rilevanti anche dal punto di vista dell'*import*. I prodotti chimici (in particolare la chimica di base) e quelli della metallurgia (soprattutto siderurgici) rappresentano rispettivamente il 9,4% ed il 7,5% delle *import* italiane dall'India. Rilevante è, infine, il ruolo ricoperto dalle importazioni di autoveicoli (7,6%).

E' doveroso sottolineare, tuttavia, come pur ricoprendo una quota significativa dell'*import* italiano dall'India, solamente nei prodotti della Moda e, in misura meno significativa, nei prodotti minerari e delle cave (marmo) i valori importati riescono ad assumere una rilevanza degna di nota sul complesso dei flussi in entrata nel nostro paese.

Andando più nel dettaglio e concentrandoci in particolar modo sui flussi di *export* si nota come la principale voce delle nostre esportazioni in India sia rappresentata dalle macchine per impieghi speciali che con 363 milioni di € hanno rappresentato, da sole, il 22% dei valori venduti in India.

In questo gruppo rientrano vari macchinari tipici dell'offerta italiana di meccanica strumentale (dalle macchine tessili, alle macchine per l'industria del cuoio, alle macchine per l'industria alimentare, a quelle per la carta, il vetro, la plastica etc.) destinate ai settori tradizionali, punto di forza dell'*export* indiano.

Oltre alle macchine per impieghi speciali, tra le principali voci del nostro *export* in India figurano anche altri tipi di macchinari, sia strumentali (macchine utensili) sia della meccanica varia (motori, compressori, pompe, fornaci, rubinetti, valvole, impianti di sollevamento e trasporto), inclusi nei codici Ateco 291 e 292.

**TAB. A.5 - Principali voci dell'export italiano in India**  
(2005 - elaborazioni su dati a prezzi correnti)

GRUPPI	milioni di €	Peso	Var. % 2003-'05
DK295-Altre macchine per impieghi speciali	363,2	22%	59,9
DG241-Prodotti chimici di base	117,7	7%	62,9
DK291-Macchine e apparecchi per la produzione e l'impiego di energia meccanica	111,3	7%	27,9
DK294-Macchine utensili	110,4	7%	79,7
DK292-Altre macchine di impiego generale	98,4	6%	50,8
DL332-Strumenti ed apparecchi di misurazione	83,3	5%	265,9
DJ272-Tubi	52,0	3%	132,9
DM343-Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	46,7	3%	69,3
DG244-Prodotti farmaceutici e prodotti chimici e botanici per usi medicinali	39,0	2%	-40,6
DF232-Prodotti petroliferi raffinati	36,8	2%	422,0
DC191-Cuoio (esclusi indumenti)	36,2	2%	29,0
DB172-Tessuti	32,5	2%	-9,4
DL322-Apparecchi trasmettenti per la radiodiffusione e la televisione e apparecchi per la telefonia	30,9	2%	92,2
DL311-Motori, generatori e trasformatori elettrici	29,0	2%	212,2
DG246-Altri prodotti chimici	28,1	2%	-13,2
<b>Totale</b>	<b>1678,7</b>	<b>100%</b>	<b>53,1</b>

Fonte: elab. Intesa Sanpaolo su dati Istat

Tra le principali voci vendute in India dagli esportatori italiani figurano anche altri prodotti a media/medio alta tecnologia: da prodotti dell'elettrotecnica (Ateco 311) a quelli elettronici, come le macchine per telecomunicazioni o gli strumenti di precisione (ATECO 332). Da segnalare, infine, la filiera chimica, in particolare i

prodotti chimici di base ed i prodotti farmaceutici, settori nei quali l'India mostra un crescente livello di competitività.

### **Le esportazioni dei distretti industriali italiani in India**

In questo paragrafo si misura la propensione dei distretti ad esportare in India. Dapprima si individuano i settori in cui si concentra l'*export* delle aree distrettuali in India, successivamente si identificano i distretti più attivi sul mercato indiano.

Dalla tabella A.6 è evidente come il mercato indiano assuma ancora un ruolo contenuto per i distretti industriali italiani, di molto inferiore all'industria nel suo complesso. Nel 2005, infatti, la quota delle esportazioni distrettuali assorbita dall'India è stata pari allo 0,5%, una percentuale ben inferiore a quella realizzata nella Federazione russa (2,8%) e in Cina (3,9%).

**TAB. A.6 – Esportazioni dei distretti industriali italiani nei mercati emergenti, 2005**

Principali settori di specializzazione dei distretti	in % export totale dei distretti del comparto			in % export dei distretti in India/Cina/Russia		
	India	Cina	Russia	India	Cina	Russia
Meccanica strumentale	2,1%	6,6%	3,5%	50,2%	22,7%	14,6%
Sistema moda: beni intermedi	0,8%	14,4%	1,2%	18,3%	42,7%	4,8%
Sistema moda: beni di consumo	0,2%	2,7%	3,6%	10,6%	21,5%	39,3%
Mobili	0,1%	0,7%	6,2%	3,0%	2,0%	23,1%
Elettrodomestici	0,2%	1,3%	2,1%	1,8%	1,9%	4,2%
<b>Totale complessivo (a)</b>	<b>0,5%</b>	<b>3,9%</b>	<b>2,8%</b>	-	-	-

(a) Il dato include anche i distretti non specializzati nei settori riportati nella tabella.

Fonte: elab. Intesa Sanpaolo su dati Istat

Il mercato indiano ha offerto, almeno finora, maggiori opportunità ai distretti specializzati nella Meccanica strumentale, che rappresentano il 50% circa delle esportazioni totali distrettuali. Anche in questo comparto, però, la quota assorbita dall'India è piuttosto contenuta e pari al 2,1% delle esportazioni dei distretti della Meccanica strumentale. Ancora più contenuta la propensione ad esportare in India delle altre principali specializzazioni distrettuali, che va da un minimo dello 0,1% dei mobili ad un massimo dello 0,8% dei Beni intermedi del sistema moda. Percentuali molto più elevate si rilevano nel caso cinese, che assorbe il 14,4% delle esportazioni distrettuali di Beni intermedi del sistema casa, e nel caso russo, che acquista il 6,2% dei mobili esportati dai distretti italiani.

Dal confronto tra la composizione delle esportazioni dei distretti in India e quella osservata in Cina e nella Federazione russa emergono alcuni spunti interessanti. Il peso delle esportazioni distrettuali di Beni intermedi del sistema moda in India si colloca al 18,3% dell'*export* totale, una percentuale più bassa di quella registrata in Cina (42,7%), ma più elevata di quella rilevata nella Federazione russa (4,8%). Queste differenze possono essere in parte spiegate dalla diversa specializzazione produttiva di queste aree ma anche dai processi di delocalizzazione produttiva. In effetti, le importazioni di Beni intermedi nel caso russo sono frenate dal basso sviluppo dell'industria russa nei Beni di consumo, mentre nel caso cinese sono alimentate, oltre che dai produttori locali, anche

dalla domanda espressa dai siti produttivi in cui è stata delocalizzata la produzione dei Beni di consumo (tessile-abbigliamento, calzature, ma anche mobili) delle imprese occidentali (Italia inclusa).

Nel caso indiano, inoltre, sono molto contenute le esportazioni distrettuali di Beni di consumo, che raggiungono una quota pari al 10,6% nel Sistema moda, al 3% nei mobili e all'1,8% negli elettrodomestici. Si tratta di percentuali di gran lunga inferiori a quanto emerso nella Federazione russa, dove Sistema moda e Mobili rappresentano il 62% circa delle esportazioni dei distretti industriali italiani. Ovviamente, differenze così elevate, si spiegano con la diversa specializzazione produttiva di queste aree, che vede l'economia indiana più orientata alla produzione di beni di consumo. E tuttavia il mercato indiano assorbe una quota di Beni di consumo del sistema moda ben inferiore a quella riscontrata in Cina, ovvero in un'economia specializzata, al pari dell'India, in beni di consumo.

La rilevanza ancora ridotta del mercato indiano, dove nel 2005 le esportazioni dei distretti italiani sono state pari a circa 290 milioni di euro, nasconde potenzialità di sviluppo notevoli. Già negli ultimi anni, infatti, la crescita dell'*export* dei distretti in India è stata significativa (tab. A.7), soprattutto in alcune specializzazioni con una bassa propensione ad esportare in India (occhialeria, elettrodomestici, mobili, abbigliamento), ma anche nella Meccanica strumentale, che tra il 2000 e il 2005 ha raddoppiato i valori esportati, saliti a 144,9 milioni di euro. Gli unici distretti che subiscono un calo dell'*export* sono quelli conciari, che hanno risentito, oltretutto dell'apprezzamento dell'euro, della concorrenza dei produttori locali.

**TAB. A.7 – Esportazioni dei distretti industriali italiani in India**

	Milioni di euro		in % export totale dei distretti del comparto		in % export dei distretti in India	Variazione % media annua		
	2000	2005	2000	2005	2005	2005	01-'05	2006 <sup>1</sup>
<b>Meccanica strumentale</b>	<b>75,6</b>	<b>144,9</b>	<b>1,2%</b>	<b>2,1%</b>	<b>50,2%</b>	<b>42,6%</b>	<b>13,9%</b>	<b>20,2%</b>
<b>Sistema moda: beni intermedi, di cui:</b>	<b>57,5</b>	<b>52,9</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,8%</b>	<b>18,3%</b>	<b>6,1%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>-21,2%</b>
Concia	39,2	27,5	1,4%	1,2%	9,5%	6,7%	-6,8%	-0,8%
Tessitura	15,7	23,4	0,4%	0,6%	8,1%	6,7%	8,3%	-44,6%
<b>Sistema moda: beni di consumo, di cui:</b>	<b>19,1</b>	<b>30,6</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,2%</b>	<b>10,6%</b>	<b>49,0%</b>	<b>9,9%</b>	<b>-9,0%</b>
Calzature	12,0	15,6	0,2%	0,3%	5,4%	40,9%	5,5%	-21,0%
Oreficeria	4,6	8,4	0,1%	0,3%	2,9%	94,8%	12,8%	-45,0%
Occhialeria	0,8	3,8	0,1%	0,3%	1,3%	12,7%	37,5%	110,7%
Abbigliamento	1,3	2,6	0,0%	0,0%	0,9%	59,3%	13,7%	47,1%
<b>Elettronica</b>	<b>10,1</b>	<b>16,7</b>	<b>0,9%</b>	<b>1,5%</b>	<b>5,8%</b>	<b>25,2%</b>	<b>10,5%</b>	<b>-26,7%</b>
<b>Mobili</b>	<b>3,6</b>	<b>8,7</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,1%</b>	<b>3,0%</b>	<b>42,3%</b>	<b>19,6%</b>	<b>34,3%</b>
<b>Elettrodomestici</b>	<b>1,7</b>	<b>5,2</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,2%</b>	<b>1,8%</b>	<b>34,3%</b>	<b>25,0%</b>	<b>-33,3%</b>
<b>Sistema casa: beni per l'edilizia</b>	<b>5,7</b>	<b>9,1</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,2%</b>	<b>3,1%</b>	<b>11,4%</b>	<b>9,9%</b>	<b>48,1%</b>
<b>Sistema casa: manufatti vari</b>	<b>3,6</b>	<b>6,2</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,2%</b>	<b>2,2%</b>	<b>27,9%</b>	<b>11,4%</b>	<b>106,0%</b>
<b>Meccanica varia</b>	<b>1,3</b>	<b>5,4</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,5%</b>	<b>1,9%</b>	<b>39,2%</b>	<b>33,8%</b>	<b>37,0%</b>
<b>Altro</b>	<b>2,4</b>	<b>9,0</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,1%</b>	<b>3,1%</b>	<b>36,7%</b>	<b>29,8%</b>	<b>14,5%</b>
<b>Totale complessivo</b>	<b>180,5</b>	<b>288,7</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,5%</b>	<b>100,0%</b>	<b>31,9%</b>	<b>9,8%</b>	<b>8,6%</b>

<sup>1</sup> I dati relativi al 2006 sono provvisori e si riferiscono alla variazione % intervenuta nel periodo gennaio-settembre 2006 rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente.

Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

Il confronto della rilevanza e della propensione all'*export* dei distretti (tab. A.8) ripropone quanto osservato nella tabella A.7. Spiccano, infatti, i distretti della Meccanica, con ai primi posti le macchine per la concia e la pelle di Vigevano, dove l'*export* diretto in India è pari a 30,5 milioni di euro e rappresenta il 13,1% del totale, la Meccanica strumentale della Val Seriana (4,9%; 33,2 milioni di euro), di Vicenza (2,6%), di Varese (2,3%), del Bresciano (1,7%), le Macchine tessili di Biella (4,6%) e le Macchine per l'imballaggio di Bologna (+0,9%).

**TAB. A.8 – Esportazioni dei distretti industriali italiani in India**  
(elaborazioni su dati a prezzi correnti)

	Milioni di euro		A = in % export distretto		B = in % export distretti in India	C <sup>1</sup> = A*B	Variaz. % media annua		
	2000	2005	2000	2005	2005	2005	2005	01-'05	2006 <sup>2</sup>
1 Macchine concia/pelle di Vigevano	5,4	30,5	2,1%	13,1%	10,6%	1,385%	78,2%	41,5%	-76,9%
2 Meccanica strumentale della Val Seriana	13,2	33,2	2,0%	4,9%	11,5%	0,563%	50,1%	20,2%	31,0%
3 Meccanica strumentale di Vicenza	10,4	26,1	1,0%	2,6%	9,0%	0,232%	32,8%	20,2%	79,3%
4 Meccanica Strumentale di Varese	16,1	19,9	1,8%	2,3%	6,9%	0,157%	134,8%	4,3%	9,0%
5 Elettronica di Sestri Ponente	3,3	5,7	3,9%	5,9%	2,0%	0,116%	31,1%	11,4%	-11,0%
6 Meccanica strumentale del Bresciano	12,5	12,9	1,7%	1,7%	4,5%	0,078%	17,1%	0,6%	128,7%
7 Macchine tessili di Biella	1,5	4,0	1,5%	4,6%	1,4%	0,063%	70,0%	21,2%	61,3%
8 ICT di Torino	5,7	9,6	0,7%	1,5%	3,3%	0,050%	19,9%	11,2%	-31,1%
9 Tessile di Prato	13,1	14,5	0,6%	0,9%	5,0%	0,045%	-7,9%	2,0%	-66,5%
10 Macchine per l'imballaggio di Bologna	14,2	13,0	1,3%	0,9%	4,5%	0,038%	25,5%	-1,8%	-1,6%
11 Concia di Arzignano	21,8	11,7	1,4%	0,9%	4,1%	0,036%	2,5%	-11,7%	6,2%
12 Concia e calz. di Santa Croce S/Arno	9,1	8,0	1,0%	1,0%	2,8%	0,027%	8,2%	-2,4%	-10,3%
13 Polo fiorentino della pelle	2,1	9,3	0,2%	0,6%	3,2%	0,020%	21,5%	34,4%	-7,0%
14 Calzature di Lamporecchio	3,3	2,2	1,9%	1,9%	0,8%	0,014%	-26,2%	-8,2%	-24,2%
15 Food machinery di Parma	1,3	2,6	0,5%	1,1%	0,9%	0,010%	-71,4%	15,2%	344,7%
16 Mobili imbottiti di Forlì	0,2	1,8	0,1%	1,2%	0,6%	0,008%	298,1%	58,1%	-40,9%
17 Calzatura sportiva di Montebelluna	1,5	4,3	0,2%	0,5%	1,5%	0,007%	128,5%	23,7%	-61,1%
18 Calzature di Fermo	4,8	5,6	0,3%	0,4%	1,9%	0,007%	41,6%	3,1%	-4,0%
19 Termomeccanica scaligera	1,0	4,0	0,2%	0,4%	1,4%	0,006%	86,6%	31,3%	14,2%
20 Oreficeria di Arezzo	1,9	4,4	0,1%	0,3%	1,5%	0,005%	86,5%	18,1%	-35,8%
21 Tessile di Biella	2,0	3,7	0,2%	0,4%	1,3%	0,005%	54,0%	13,8%	-33,1%
22 Metalmeccanico del Basso Mantovano	0,4	3,0	0,1%	0,5%	1,1%	0,005%	60,5%	50,7%	86,0%
23 Lavor.metalli della Valle dell'Arno	0,5	2,1	0,2%	0,6%	0,7%	0,004%	225,9%	34,5%	-26,4%
24 Occhialeria di Belluno	0,8	3,8	0,1%	0,3%	1,3%	0,004%	12,7%	37,5%	110,7%
25 Cappe aspiranti ed elettrodomestici di Fabriano	1,2	4,5	0,1%	0,3%	1,5%	0,004%	43,0%	29,8%	-31,3%
26 Metalmeccanica di Brescia e Valli Bresciane	1,6	4,6	0,1%	0,2%	1,6%	0,004%	-1,2%	23,9%	-12,1%
27 Marmo di Carrara	1,3	1,6	0,3%	0,6%	0,6%	0,003%	39,3%	4,2%	3,5%
28 Tessile e abbigliamento della Val Seriana	1,0	2,8	0,1%	0,3%	1,0%	0,003%	13,2%	22,5%	36,3%
29 Oreficeria di Vicenza	2,2	3,3	0,1%	0,3%	1,1%	0,003%	129,9%	8,3%	-68,3%
30 Lumezzane: rubinetti e pentolame	4,3	3,8	0,3%	0,2%	1,3%	0,003%	36,9%	-2,2%	231,6%
<b>Totale distretti industriali</b>	<b>180,5</b>	<b>288,7</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,5%</b>	<b>100,0%</b>	-	<b>31,9%</b>	<b>9,8%</b>	<b>8,6%</b>

<sup>1</sup> Questo indicatore varia da 0 a 100: tende a zero se la propensione ad esportare in India si avvicina a zero o se il peso delle esportazioni in India del distretto sul totale delle esportazioni distrettuali in India è prossima allo zero; tende a 100 se la propensione ad esportare in India e il peso delle esportazioni del distretto in India sono prossimi a 100. In questa tavola sono riportati i 30 distretti che hanno riportato il valore più alto di questo indicatore.

<sup>2</sup> I dati relativi al 2006 sono provvisori e si riferiscono alla variazione % intervenuta nel periodo gennaio-settembre 2006 rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente.

Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Istat

La graduale affermazione dei distretti italiani della meccanica è stata possibile anche grazie alla presenza in loco di filiali commerciali e di assistenza. Un importante gruppo industriale del distretto di Vigevano, ad esempio, vanta la presenza in India di quattro uffici per la distribuzione e l'assistenza di macchine

per calzaturifici. Un altro esempio è fornito dal **Miro Radici Group** del distretto della Meccanica strumentale della Val Seriana. Il gruppo, attivo nel meccanotessile, è presente in India con la Iteema India, che finora, tramite diversi uffici dislocati sul territorio indiano, ha svolto attività di distribuzione e di assistenza post-vendita di macchinari prodotti in Italia e in Cina (dove il gruppo ha delocalizzato parte dell'attività produttiva), conseguendo ottimi risultati. In prospettiva il gruppo intende rafforzare la sua presenza in India, avviando uno stabilimento produttivo in loco e rapporti di collaborazione nella ricerca con un'università locale.

Negli ultimi anni anche il distretto dell'**occhialeria di Belluno** ha conosciuto un'espansione notevole sul mercato indiano. Le esportazioni dirette in India, infatti, pur rappresentando ancora una quota marginale, sono passate da meno di un milione di euro del 2000 a 5,1 milioni di euro nei primi nove mesi del 2006. Questi risultati sono il frutto di una mirata strategia di espansione dei principali gruppi industriali del distretto, capeggiati da Luxottica che in India controlla una società di distribuzione all'ingrosso.

La bassa propensione ad esportare in India nasconde, talvolta, fenomeni di internazionalizzazione produttiva. E' questo il caso della **Merloni Termosanitari** (MTS Group), che ha sede nel distretto delle cappe aspiranti e degli elettrodomestici di Fabriano e opera nel settore del riscaldamento dell'acqua e dell'ambiente con oltre l'80% del fatturato realizzato all'estero. Il gruppo, che dispone di 22 stabilimenti produttivi dislocati in 10 paesi e di una rete commerciale che copre oltre 150 paesi, occupa posizioni di *leadership* nel comparto degli scaldacqua in alcuni importanti mercati emergenti come Cina, Russia e India, dove possiede siti produttivi e reti commerciali. In Cina il gruppo è "*leader nel settore del riscaldamento domestico e tra i leader nell'acqua sanitaria con il marchio Ariston*" e nel novembre 2005 "*ha siglato un accordo con la municipalità di Pechino per la realizzazione di sistemi di riscaldamento eco-compatibili, attraverso l'installazione di circa 6.000 m<sup>2</sup> di collettori solari a marchio Elco, per il villaggio olimpico che verrà realizzato per le Olimpiadi 2008*" (Bilancio consolidato, 2005). L'ingresso nel mercato indiano risale al 1986, quando il gruppo ha acquisito la più grande società di scaldacqua indiana. Attualmente MTS Group è il primo produttore e venditore di scaldabagni in India, dove dispone di uno strutturato *network* di distribuzione. Nel corso del primo semestre del 2005 il gruppo ha costituito una nuova società in India (dove già era presente con la Merloni Termosanitari India) "*per rafforzare la presenza e la penetrazione del gruppo*" in questo paese (Bilancio consolidato, 2005).

Anche il **Gruppo Benetton** è presente in India con una struttura produttiva e commerciale. La presenza del marchio aziendale in India risale al 1991. Secondo l'azienda questa presenza quindicennale garantisce un solido vantaggio competitivo. L'India, dove il gruppo produce e distribuisce, rappresenta anche una piattaforma per entrare negli altri Paesi asiatici. La produzione in loco di capi in cotone, camicie e confezioni, accessori e calzature con i marchi del gruppo Benetton è realizzata attraverso un *network* produttivo, che comprende lo stabilimento di Gurgaon (Haryana) non lontano da Delhi. Questo *network* ha consentito di sostenere la forte crescita di Benetton India (posseduta da dicembre 2004 da Benetton Group), che nel 2005 ha aumentato le vendite del 70% e nei

primi nove mesi del 2006 ha continuato ad evidenziare una crescita significativa. Nei programmi della società gli oltre 50 negozi oggi presenti nel Paese raddoppieranno nei prossimi 3 anni (Bilancio consolidato, 2005). In prospettiva *“un’attenzione particolare verrà dedicata a mercati come Cina e India, anche mediante accordi con retailer di larga scala, per l’apertura di punti “store in store” in grandi centri commerciali nelle principali città. [Queste iniziative] includono la creazione di nuove partnership per gestire e sviluppare l’attività commerciale”* (Bilancio consolidato, 2005). Recentemente il gruppo ha iniziato a lanciare sul mercato indiano anche il marchio Sisley: dopo l’apertura del primo negozio Sisley negli ultimi mesi del 2006 in una via commerciale di New Delhi, è, infatti, programmato l’avvio di nuovi negozi a Delhi e in altre importanti città del paese.

In molti casi la bassa propensione all’*export* dei distretti industriali italiani risente delle **barriere tariffarie e non** presenti in questo mercato. I prodotti alimentari, che fino all’aprile del 2001 erano sottoposti a restrizioni quantitative alle importazioni, sono gravati da alti livelli di dazi doganali. Sul vino, ad esempio, i dazi variano da Stato a Stato e passano da un minimo del 150% ad oltre il 250%. Sempre nel settore alimentare si segnala che è vietata l’importazione di carni avicole, di carne suina, bovina e derivati. Esistono poi barriere non tariffarie come la normativa sulle etichette che richiede che i prodotti alimentari confezionati importati dall’estero indichino, tra le altre cose, il prezzo, le date di fabbricazione e scadenza, gli estremi dell’importatore. L’India, inoltre, non avendo ancora adeguato la propria legislazione ai parametri del Codex Alimentarius FAO/WHO, proibisce l’uso alcuni ingredienti (come i dolcificanti artificiali e vari coloranti) e stabilisce per alcuni prodotti percentuali di ingredienti diverse rispetto a quanto avviene generalmente nel resto del mondo. Le barriere tariffarie e non interessano anche altri prodotti del made in Italy. Nel mobile<sup>6</sup>, ad esempio, gli elevati dazi doganali sui mobili importati porta gli operatori indiani ad acquistare solo prodotti di altissima gamma, accessibili solo alla fascia di popolazione più agiata che risiede nei centri urbani, o, per le imprese che producono mobili in loco, a richiedere forme di collaborazione con le imprese italiane di semilavorati e subfornitura, con l’obiettivo di assemblare il prodotto in India e di rivenderlo sul mercato interno.

Le **potenzialità dell’India** sono comunque indubbie e cominciano ad essere percepite da un numero crescente di operatori italiani. La progressiva crescita di questa economia ha, infatti, comportato la nascita di una classe media con un crescente potere di acquisto. E’ andata aumentando, inoltre, la propensione al consumo delle famiglie che è stata positivamente influenzata dal processo di urbanizzazione, dalla diffusione dell’istruzione, dall’avvento della famiglia mononucleare nei centri urbani, dalla crescita del flusso turistico e/o migratorio verso l’estero, dall’inserimento nel mondo del lavoro di un numero di donne sempre più elevato, dalla diffusione del credito al consumo.

A questo si aggiunge che le barriere tariffarie e non sono andate diminuendo nel tempo e, in prospettiva, dovrebbero subire un ulteriore ridimensionamento. Anche nel settore del **vino** si potrebbe assistere ad un abbassamento dei dazi. Ciò potrebbe aprire spazi interessanti per i produttori italiani anche alla luce

---

<sup>6</sup> Si tenga presente che fino al 1997, infatti, non era consentito importare mobili in legno.

dell'elevata crescita registrata negli ultimi anni nei consumi di vino. Il consumo di vino in India, infatti, pur rappresentando meno dell'1% del mercato complessivo di bevande alcoliche, è in forte crescita ed è concentrato nelle fasce di popolazione più giovani e con buona capacità di spesa delle grandi città. I produttori italiani, consapevoli delle potenzialità del mercato indiano, hanno intrapreso negli ultimi anni iniziative volte a promuovere il vino italiano in India. A tal fine si è da pochi giorni conclusa la seconda edizione di Vinitaly India che ha fatto tappa a New Delhi e a Mumbai e ha proposto agli oltre 700 visitatori *workshop*, degustazioni, abbinamenti di vini italiani con la cucina indiana. I risultati di queste iniziative si riflettono nel forte aumento dell'*export* di vino italiano in India, salito nei primi 10 mesi del 2006 ad un valore di 1,1 milioni di euro, superando abbondantemente quanto esportato nell'intero 2005 (0,8 milioni), un bel balzo soprattutto se si considera che fino al 2001 l'India non permetteva l'*import* di vini, se non attraverso canali diplomatici. Le possibilità di *export* per l'Italia non si fermano al vino, ma coinvolgono anche la possibilità di fornire *know-how* tecnologico alla nascente industria enologica nazionale.

Le potenzialità dell'economia indiana sono avvertite anche da operatori italiani specializzati negli elettrodomestici, nel mobile, nell'edilizia, nella meccanica, nell'abbigliamento e nelle calzature. Nel comparto degli elettrodomestici, il gruppo **Indesit**, dopo aver avviato attività in Cina, sta valutando le opportunità che potrebbero presentarsi in India. Nelle calzature **Eurosuole**, azienda del distretto di Fermo specializzata nella produzione di soles per calzature, ha in programma di aprire uno stabilimento in India, attraverso una *joint-venture* con un'impresa locale, per rafforzare la propria presenza sul mercato indiano.

Nella meccanica, **Biesse**, il gruppo di Pesaro specializzato nella produzione di macchinari per la lavorazione del legno, del marmo e del vetro, nel febbraio del 2006 ha costituito in India (Bangalore) una società finalizzata al *sourcing* locale e alla produzione di componenti meccanici. In prospettiva l'azienda mira entro tre anni ad iniziare a montare in India alcuni macchinari destinati alla vendita nel Sud-Est asiatico.

Nel settore delle piastrelle, ad esempio, sia il gruppo Kerakoll che il gruppo Marazzi stanno considerando la possibilità di aprire uno stabilimento produttivo in India. Il gruppo **Kerakoll**, divenuto nel corso degli anni Novanta *leader* in Italia negli adesivi per la ceramica, nei prodotti per la posa del gres porcellanato, negli stucchi per le fughe e nei prodotti per la posa di parquet, ha diversi stabilimenti in Italia (concentrati nel distretto di Sassuolo) e tre all'estero (Spagna, Polonia, Grecia), ha proprie filiali commerciali in diversi paesi, si avvale di una scuola interna di formazione e un centro ricerche e sviluppo che impiega una quarantina di persone tra ingegneri e tecnici, realizza investimenti in innovazione e ricerca pari al 5,5% del fatturato, ha rapporti di collaborazione con il Politecnico di Milano e l'Istituto Nazionale di Bioarchitettura. Il gruppo, che ha diversificato la propria produzione inserendo prodotti per il recupero edilizio e sistemi tecnici per l'edilizia, dopo i buoni risultati ottenuti recentemente in Ucraina e Russia, intende aprire in Russia uno stabilimento produttivo. Il gruppo sta, inoltre, considerando l'opportunità di realizzare un investimento produttivo in India, che considera "la miglior porta per l'Estremo Oriente". Secondo fonti aziendali, l'apertura di stabilimenti all'estero non mira a ricercare manodopera a basso costo o risparmio

energetico, ma è legata all'elevata incidenza dei costi di trasporto nelle grandi distanze su un prodotto a basso costo.

Il Gruppo **Marazzi**, *leader* mondiale nel settore delle piastrelle, mira a consolidare la *leadership* nelle aree di presenza storica, accelerare il rinnovo della gamma prodotti rafforzando la componente a più alto valore aggiunto, completare la diversificazione nei *business* complementari, quali gli articoli sanitari e l'arredo bagno, *“rafforzare la diversificazione geografica con l'ingresso diretto in mercati strategici quali Cina e India con la finalità di conquistare il Far East”*.

Negli ultimi mesi, infine, un numero crescente di imprese della moda sta affacciandosi sul mercato indiano attraverso l'**apertura di negozi monomarca**. Questo fenomeno è piuttosto recente visto che solo dal 2006 il governo ha parzialmente liberalizzato il settore permettendo alle società straniere di detenere fino al 51% dei propri negozi monomarca. Fino ad allora l'unico modo per accedere al mercato indiano era attraverso forme di *franchising* che lasciavano in mano a un commerciante locale la proprietà del negozio. Proprio per cogliere le opportunità offerte da questa nuova apertura dell'economia indiana, nel novembre 2006 il gruppo **Grotto** ha siglato un accordo con la Raymond di Mumbai, importante società indiana del settore tessile e abbigliamento, per formare una *joint-venture* paritetica che distribuirà il marchio d'abbigliamento Gas nel Subcontinente. Questo accordo permetterà a Gas di implementare la propria distribuzione in questo mercato emergente con *flagship store*, punti vendita esclusivi in *franchising*, nei *department store* e in punti vendita *multibrand* selezionati. Il gruppo Grotto entro la fine del 2007 punta a raggiungere sul mercato indiano un fatturato di circa 4 milioni di euro.

(Giovanni Foresti e Stefania Trenti)

## B. I distretti tessili di Biella, Prato e Vicenza

### Introduzione

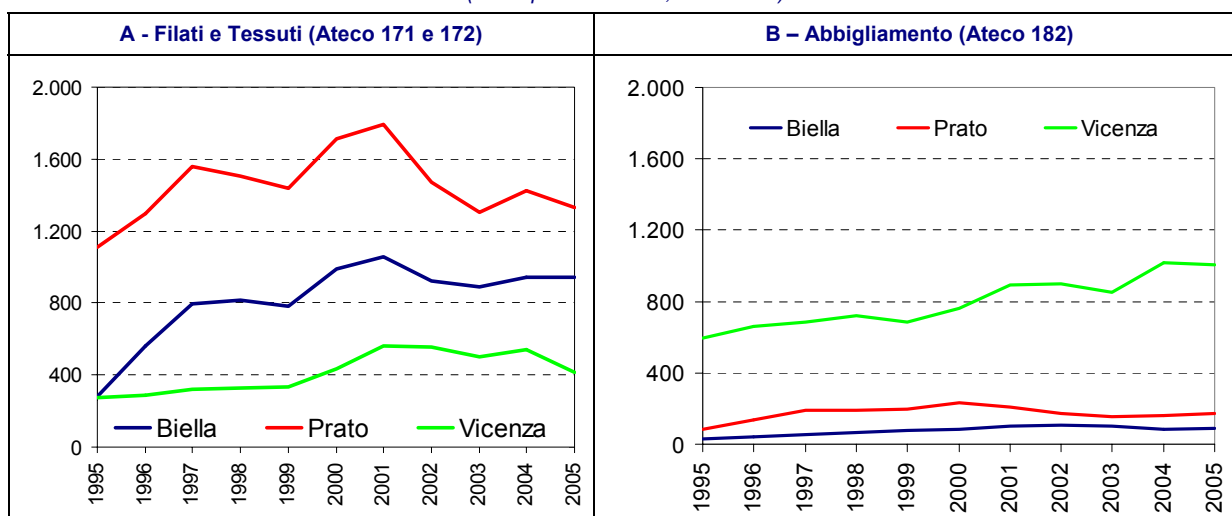
Da alcuni anni, come noto, il settore del tessile abbigliamento italiano è al centro di un profondo processo di ristrutturazione, indotto sia dall'ingresso sui mercati mondiali dei paesi emergenti sia dallo sviluppo di nuovi modelli di *business* da parte delle imprese occidentali, sempre più orientate sulle fasi finali della distribuzione, a fronte di piattaforme produttive su scala internazionale.

Tali dinamiche interne al settore sono state esacerbate da un contesto macroeconomico poco favorevole ai produttori italiani, a causa della ridotta dinamica dei consumi interni di alcuni dei nostri principali mercati di sbocco, innanzitutto la Germania, e della fase (2002-04) di apprezzamento dell'euro nei confronti del dollaro e delle valute ad esso agganciate, che ha ulteriormente esacerbato le pressioni competitive di prezzo.

Anche i tradizionali poli produttivi tessili italiani (Biella, Prato e Schio-Tiende-Valdagno) si sono trovati ad operare in un contesto competitivo particolarmente difficile e, come più volte testimoniato in questa pubblicazione, hanno subito forti cali delle esportazioni, in particolare nei prodotti più a monte nella filiera (filati e tessuti) un tempo tradizionali *output* dei tre distretti (fig. B.1)<sup>7</sup>.

**FIG. B.1 – Esportazioni di filati, tessuti e abbigliamento delle province di Biella, Prato e Vicenza**

(dati a prezzi correnti; milioni di €)



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati Istat

Particolarmente rilevanti sono state le perdite accusate dal distretto di Prato che in soli due anni (2001-'03) ha perso il 27% del fatturato estero di filati e tessuti. Decisamente più contenute, ma per niente trascurabili, le contrazioni accusate da Biella e Vicenza negli stessi prodotti (rispettivamente -15,8% e -10,5% nel periodo 2001-'03). Negli anni più recenti l'andamento delle esportazioni ha imboccato una

<sup>7</sup> Sulle trasformazioni in atto nei distretti lanieri si vedano anche il Monitor dei Distretti del Febbraio 2005 e dell'Aprile 2005.

dinamica meno negativa, soprattutto per quanto riguarda Biella, mentre sembra essersi stabilizzato l'*export* di abbigliamento di Vicenza, dopo una fase di forte espansione che aveva compensato l'andamento negativo dei prodotti a monte.

### **Crescita e redditività secondo i dati di bilancio**

Le difficoltà incontrate dai tre distretti tessili sui mercati internazionali si sono riflesse nelle *performance* delle imprese che ne fanno parte. L'analisi di un ampio campione di bilanci di imprese appartenenti alle tre aree considerate<sup>8</sup> evidenzia, infatti, un forte calo del fatturato, in particolare fino al 2003. Il calo è rilevante soprattutto per le imprese del comparto tessile (in cui sono comunque presenti soggetti che si sono diversificati).

Coerentemente a quanto osservato a livello di *export*, le imprese specializzate nell'abbigliamento e nella maglieria ottengono, invece, *performance* di crescita migliori. In questo comparto sembrano maggiormente in difficoltà le imprese del distretto di Prato che accusano un calo di fatturato in termini mediani.

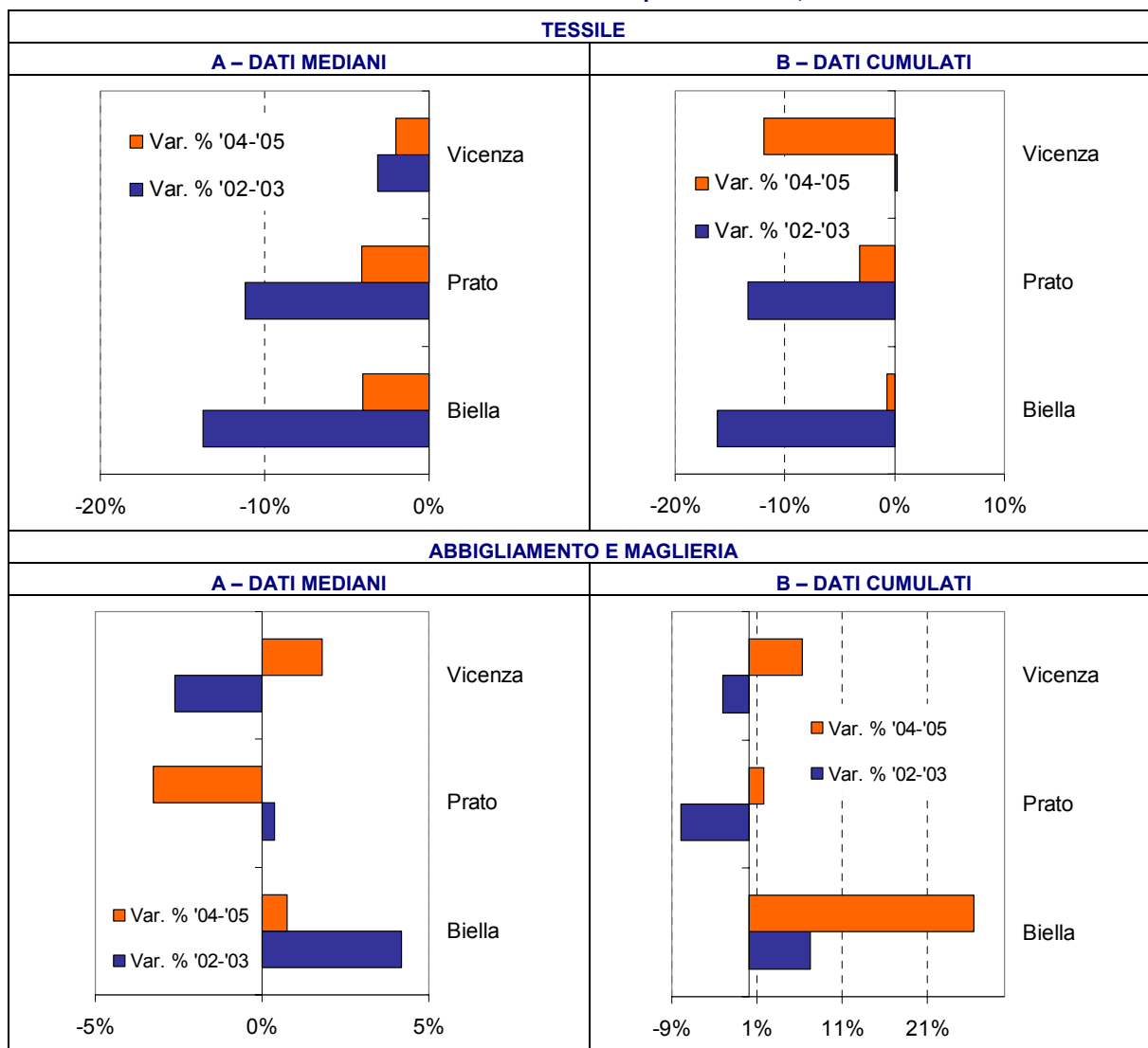
Il confronto tra *performance* mediane e cumulate (che pertanto assegnano un maggiore peso ai risultati delle imprese più grandi) fa emergere, in linea generale, una migliore tenuta delle imprese di maggiori dimensioni, in particolare per quanto riguarda il periodo più recente, con la sola rilevante eccezione delle imprese tessili di Vicenza. Nel caso di Prato, addirittura, a fronte di un risultato mediano negativo per il comparto dell'abbigliamento si riscontra, invece, una crescita del dato aggregato tra il 2003 e il 2005, trainato dall'affermazione repentina della Tessilform, l'azienda proprietaria del marchio Patrizia Pepe.

Anche dal punto di vista della redditività l'esame dei bilanci del quinquennio 2001-'05 evidenzia le difficoltà delle imprese del tessile/abbigliamento distrettuale e, in particolare, di quelle collocate a monte nella filiera. Il MOL in percentuale del fatturato (Fig. B.3) delle imprese specializzate nel tessile è calato in modo più o meno costante per tutti e tre i distretti con un parziale recupero solamente nel 2004. Anche nel comparto dell'abbigliamento e maglieria le imprese soffrono di una generalizzata riduzione dei margini. Tuttavia a partire dal 2004 vi sono segnali di inversione di tendenza nel caso di Biella e di relativa stabilizzazione nel caso di Vicenza.

E' da osservare che, al di là dei tagli subiti, le imprese a monte della filiera del distretto di Biella conservino, comunque, un rapporto tra MOL e fatturato superiore a quello delle altre due realtà, a testimonianza della specializzazione su prodotti di fascia qualitativa superiore. Il posizionamento su una fascia di prezzo/qualità più elevata garantisce un margine operativo superiore ma è ottenuto attraverso ingenti investimenti (soprattutto in macchinari di elevatissima qualità, spesso forniti dalle aziende meccanotessili biellesi).

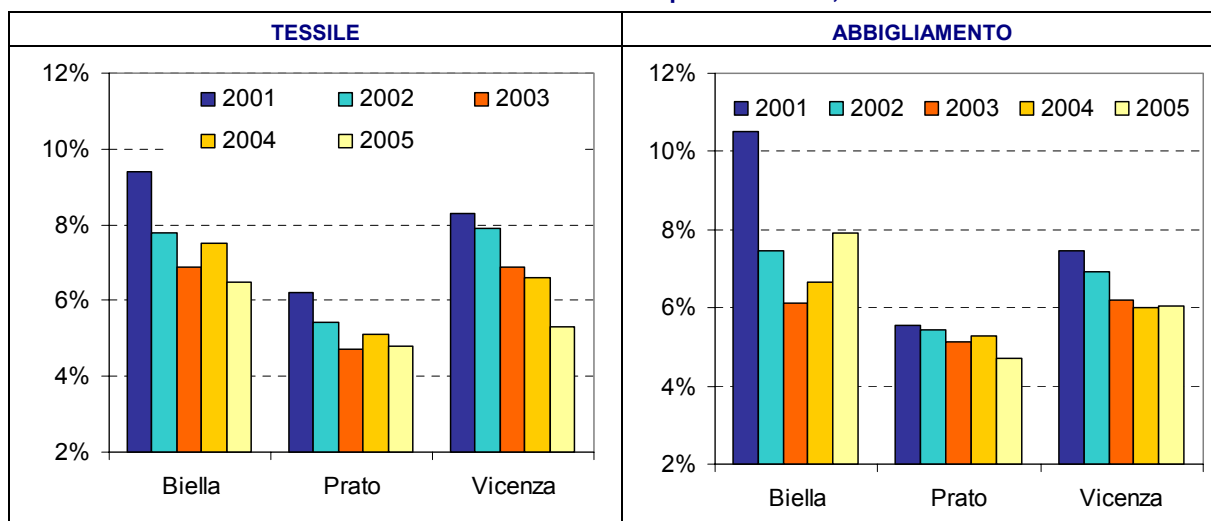
<sup>8</sup> Le elaborazioni si riferiscono ai bilanci individuali (e non consolidati) delle società operative nei tre distretti. Per il quinquennio 2001-'05 sono stati costruiti tre campioni chiusi di bilanci di imprese, relativi a 165 imprese del distretto di Biella, 134 del distretto di Schio-Thiene-Valdagno, 721 di Prato. Delle 165 imprese biellesi 8 sono specializzate nell'abbigliamento e 9 nella maglieria. Nel campione di imprese di Prato 55 operano nell'abbigliamento, 50 nella maglieria, 491 nel tessile. Nei bilanci disponibili per Schio-Thiene-Valdagno sono 71 le imprese di abbigliamento, 15 di maglieria e solo 48 quelle tessili.

**FIG. B.2 – Evoluzione del fatturato delle imprese di Biella, Prato e Vicenza**



Fonte: Intesa Sanpaolo su bilanci aziendali

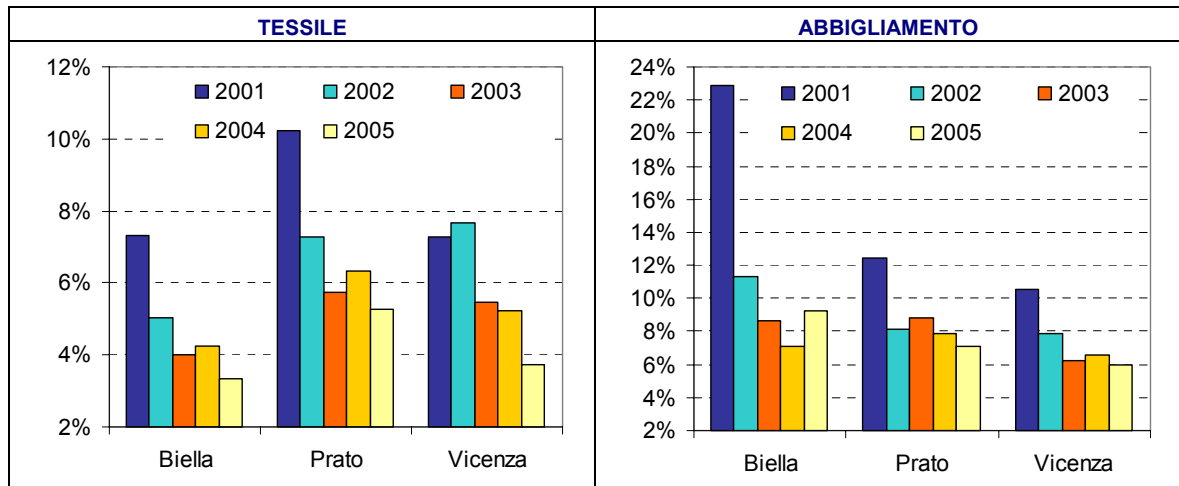
**FIG. B.3 – MOL in % del fatturato delle imprese di Biella, Prato e Vicenza**



Fonte: Intesa Sanpaolo su bilanci aziendali

Proprio le maggiori immobilizzazioni che ne conseguono si traducono, in una fase di fatturato cedente come quella analizzata, in un ROI mediamente più basso per Biella rispetto alle imprese pratesi e vicentine (fig. B.4). Il miglioramento dei margini osservato nel 2005, sommandosi alle ottime performance di fatturato, consentono, invece, alle imprese biellesi specializzate nell'abbigliamento di sperimentare una buona rotazione del capitale, con un conseguente incremento del ROI.

**FIG. B.4 – ROI delle imprese di Biella, Prato e Vicenza**

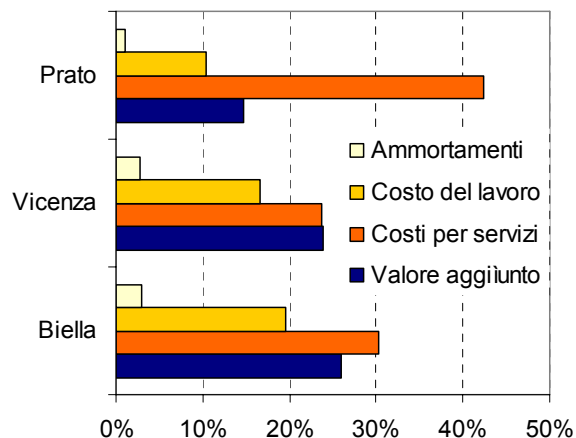


Fonte: Intesa Sanpaolo su bilanci aziendali

L'analisi dei bilanci mette in luce anche altre peculiarità dei tre distretti esaminati (fig.B.5). Se si considerano le imprese tessili, ad esempio, emerge (oltre al già ricordato maggiore peso degli investimenti per Biella che si traduce in maggiore ammortamenti) anche l'alto peso dei costi dei servizi nel caso di Prato. Questa voce (che comprende le lavorazioni realizzate presso terzi) rivela la presenza di fitte reti di interazione all'interno del distretto, che si traduce in una elevata divisione o "disintegrazione verticale" del processo produttivo.

**FIG. B.5 – Valore aggiunto, costi per servizi, costo del lavoro e ammortamento '03-'05**

(in % del fatturato)

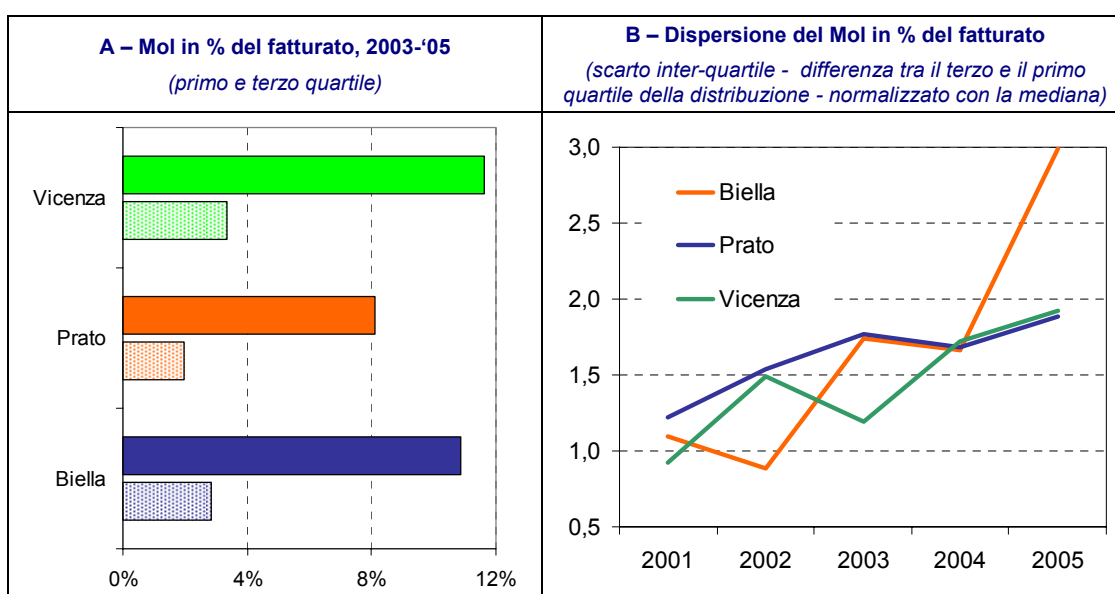


Fonte: Intesa Sanpaolo su bilanci aziendali

### Performance e strategie: cosa emerge dai casi aziendali

Sempre dallo studio dei bilanci aziendali emerge la notevole e crescente divaricazione dei risultati ottenuti dalle imprese: nei distretti coesistono, infatti, imprese in netta crescita e con buoni indici di redditività e imprese in crisi (fig. B.6). Tra il 2001 e il 2005, ovvero durante un periodo di estrema difficoltà per l'industria laniera italiana, si è ampliato il divario tra le *performance* delle imprese migliori, capaci di reagire al meglio alle nuove sfide competitive, gestendo efficacemente i processi di internazionalizzazione dell'economia mondiale, e quelle delle imprese peggiori, per ora semplici spettatrici dei profondi cambiamenti dei mercati.

**Fig. B.6 – La dispersione dei risultati nei distretti lanieri italiani: il comparto tessile**



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su bilanci aziendali

Dalla lettura dei bilanci del distretto di Biella emerge come molte piccole imprese versino in una situazione di estrema difficoltà. Queste imprese, generalmente prive di un proprio orientamento strategico, subiscono la forte concorrenza dei produttori dislocati nei paesi emergenti, registrando preoccupanti flessioni della domanda e una redditività deficitaria. Tra queste rientrano anche i sub-fornitori e i terzisti esclusi dalle reti di fornitura delle imprese maggiori del distretto e orientati verso fasce di mercato medio basse e senza un orientamento alla qualità del prodotto. Tra le aziende di dimensioni minori reggono, invece, quelle che "lavorano" per le imprese più grandi e hanno posto attenzione alla qualità, ricercata e controllata in ogni fase della produzione, al servizio delle esigenze della clientela (tempestività, etc.), all'innovazione, rinnovando e adeguando costantemente i macchinari, al marketing, partecipando alle manifestazioni fieristiche di rilevanza internazionale, al marchio, anche aderendo al marchio "Biella – The Art of Excellence". Quest'ultimo garantisce che i fili e i tessuti contrassegnati da esso sono stati interamente fabbricati dalle aziende del distretto rispettando dei criteri di qualità, di etica, di compatibilità ambientale e di rispetto della salute del consumatore.

Tra le imprese di medie e medio-grandi dimensioni conseguono buoni risultati le aziende che producono tessuti di qualità a prezzi competitivi o si collocano nell'alto di gamma collaborando con importanti *griffes* della moda, differenziano gli sbocchi commerciali, affermandosi, ad esempio, in nuovi importanti mercati (come la Cina), offrono un efficiente servizio al cliente, investono nel marchio aziendale, nella ricerca e sviluppo, volta a ideare e creare campionari innovativi, sviluppare applicazioni tintoriali anche ricorrendo alle nanotecnologie, ricercare nuovi tessuti caratterizzati da maggiore *comfort* e sviluppare innovazioni del processo produttivo.

La dispersione dei risultati è elevata anche tra aziende di grandi dimensioni, dove si segnala la presenza di imprese in difficoltà e imprese in buona salute. In generale si affermano le imprese che sono presenti anche nelle fasi più a valle del ciclo produttivo (con capi finiti e rete di vendita). Più in particolare queste grandi imprese (Ermenegildo Zegna e Loro Piana) sembrano aver azionato le giuste leve competitive, puntando sul segmento lusso, con una sempre più forte riconoscibilità delle caratteristiche qualitative dei prodotti, su una forte politica di marchio, garantita da notevoli investimenti in marketing, sull'integrazione verticale del processo produttivo, sulla costante ricerca di nuovi prodotti, metodi di lavorazione e impieghi delle fibre. Queste imprese, inoltre, hanno diversificato la propria produzione, dapprima aggiungendo ai tessuti l'abbigliamento formale e non, e, successivamente, allargando, anche tramite *joint ventures*, *partnerships*, *licensing* con operatori che si collocano al top del loro segmento di mercato, la propria offerta anche ad altri beni di consumo della moda (calzature, pelletteria, profumi, occhiali, capi *underwear*, ma anche accessori per la casa). Infine, questi soggetti hanno sviluppato un *network* di vendita attraverso l'apertura di filiali commerciali e di punti monomarca di proprietà o in *franchising* nei vicini paesi europei, ma anche in territori lontani come Stati Uniti, Messico, Giappone, Cina, Corea del Sud, Hong Kong, India, Singapore, Russia, Taiwan, Australia. Queste strategie hanno portato ad ottimi risultati reddituali e di crescita, soprattutto sui mercati più promettenti, come Cina e Russia, ma anche su mercati difficili come quello tedesco.

La dispersione dei risultati è elevata anche a Prato. Un buon numero di piccole e medie imprese tessili va bene. Si tratta di aziende caratterizzate da alti *standard* qualitativi, vasta gamma di prodotti, forte intensità di ricerca e sviluppo di nuovi modelli e prototipi di tessuto, nuove collezioni e articoli personalizzati ed esclusivi, elevato contenuto stilistico e moda, legame con importanti *griffe* internazionali. In alcuni casi aziendali si registra il tentativo di spostarsi a valle (via acquisto di proprietà o partecipazioni di imprese di confezionamento o tramite *joint venture* con altri *partner*), puntando sulle sinergie esistenti tra produttori di tessuti e produttori di capi finiti, ma anche sviluppando al proprio interno, tramite mirati investimenti in ricerca e sviluppo, linee di capi finiti di fascia medio/alta. In altri casi sono state tenute in Italia le lavorazioni di qualità medio-alta, che rappresentano l'immagine dell'azienda, e la parte creativa (i campionari vengono pensati e realizzati nel distretto), e spostate nell'Europa dell'Est e in Asia (in Cina e India *in primis*), anche tramite alleanze e *joint-venture* con operatori di livello internazionale, le produzioni di minor costo. Questa strategia che mira sia a ridurre i costi di produzione sia ad avvicinare i mercati di sbocco più dinamici, è

stata accompagnata anche dall'apertura di uffici di rappresentanza, al fine di favorire la creazione e/o il potenziamento della rete commerciale.

Nel distretto sono ancora poche le imprese di abbigliamento di dimensioni medio-grandi. Tra queste spicca la Tessilform, azienda fondata nel 1993 che è divenuta in pochi anni una realtà affermata nel mondo della moda pret-à-porter, distinguendosi con una gamma di proposte (dapprima con capi di abbigliamento e successivamente anche con calzature, borse e accessori) destinata ad un pubblico femminile attratto da prodotti di tendenza, dallo stile giovane e minimalista, caratterizzati da ottimi *standard* qualitativi coerenti con una gamma di prezzi medio-alta e distribuiti esclusivamente con il marchio "Patrizia Pepe". Nel 2005 la *griffe* toscana promuove anche il lancio della collezione maschile di abiti e accessori. Idea innovativa, che ha contribuito al successo del marchio, è stata quella di creare un nuovo modello di pronto moda "semiprogrammato": due/tre collezioni l'anno che determinano lo stile del *brand* con consegna a sessanta giorni e, in parallelo, quaranta collezioni settimanali con disponibilità immediata, realizzate da una divisione ricerca e stile che si avvale di un *team* di giovani stilisti italiani ed esteri. La Tessilform, focalizzandosi su un segmento di mercato ben definito (sole tre taglie: 40,42 e 44), ha puntato sulla commercializzazione diretta (tramite un'articolata rete di negozi monomarca di proprietà e in *franchising* e numerosi *showrooms* di proprietà dislocati in Italia e all'estero) e innovativa (attraverso le "diffusioni" che sono centri intermedi dislocati nel territorio che presentano e consegnano il prodotto ai negozianti e destagionalizzano le vendite, favorendo l'acquisto di piccoli lotti con continuità) e mira all'ulteriore espansione dei canali distributivi con un'attenzione particolare ai mercati esteri emergenti (Cina e Russia *in primis*). Le funzioni considerate strategiche (progettazione, *fashion*, logistica, area commerciale) sono svolte internamente, mentre le lavorazioni dei capi vengono affidate a terzisti, in buona parte operanti nel distretto industriale territoriale di riferimento dell'azienda, sotto costante controllo della casa madre per garantire il rispetto degli *standard* di qualità e dei tempi di assortimento. La Tessilform ha rinunciato a delocalizzare all'estero alcune fasi del processo produttivo per non compromettere l'organizzazione del processo produttivo basato sulla rapidità ed efficienza dei tempi di consegna al cliente oltre che sulla qualità dei capi realizzati.

A Vicenza rimane particolarmente critico il destino dell'ampia fascia di imprese di subfornitura – soprattutto se di capacità - che dipendono dalle commesse e dalle specifiche definite dai committenti; in questo ambito ci sono tuttavia alcuni percorsi di successo, rinvenibili in quelle aziende di subfornitura che hanno proceduto ad una progressiva specializzazione in fasi e lavorazioni o in servizi aggiuntivi in grado di riqualificare la propria offerta e visibili, per esempio, in alcuni produttori tessili che hanno investito sul costante miglioramento della qualità di prodotto e processo, sia industriale che commerciale, sull'innovazione (nuova mescolanza di fibre, nuovi finissaggi, nuove tipologie di filati), sull'introduzione di nuovi prodotti (ad esempio per l'abbigliamento maschile sportivo), sulla rete commerciale e distributiva, sul costante miglioramento delle relazioni con i clienti in termini di rapidità e flessibilità delle consegne, personalizzazione delle proposte. Non sono pochi però i casi di storiche aziende tessili dell'area vicentina costrette ad uscire dal mercato.

Alcuni casi aziendali particolarmente noti e dinamici nell'ambito del sistema distrettuale si configurano come utili esempi di realtà che hanno saputo in modi diversi innovare e rivedere i propri assetti organizzativi e strategici per fare fronte alle dinamiche di cambiamento, proponendosi come guida nell'evoluzione dell'intero distretto. Spicca, in particolare, il caso Diesel. Questa azienda, che si è affermata nella produzione e distribuzione di capi di abbigliamento *casual*, del tempo libero e relativi accessori e recentemente, con l'acquisizione di aziende e marchi del lusso, nel *prêt-à-porter*, ha saputo innovare in modo creativo il proprio prodotto e la propria immagine, imponendosi sul mercato attraverso investimenti in comunicazione e nel *brand*, in sperimentazione di nuovi rapporti con il consumatore, in sviluppo di servizi commerciali e nell'apertura di negozi monomarca a gestione diretta. In Diesel l'attività di ricerca è sia stilistica che tecnologica. Sul versante stilistico, la costante attenzione all'evoluzione del gusto e dei costumi aiuta ad anticipare le tendenze del mercato. Sul versante tecnologico si ricercano nuovi materiali, nuovi trattamenti dei tessuti e delle materie prime. Lo sviluppo e l'affermazione dell'azienda è stato possibile anche grazie a importanti investimenti in ICT che, garantendo un controllo integrato ed efficiente lungo tutte le fasi del processo produttivo e distributivo, hanno supportato gli obiettivi di crescita del gruppo Diesel.

Anche le altre grandi imprese del distretto operano ormai prevalentemente nell'abbigliamento (Marzotto, ma anche Dalla Rovere, Grotto, Forall). Nell'abbigliamento formale da uomo opera il gruppo Forall che utilizza prevalentemente dei tessuti prodotti nel distretto di Biella, fa leva sul marchio Pal Zileri, alimentato da importanti investimenti pubblicitari, e sullo sviluppo di una rete qualificata di punti vendita monomarca Pal Zileri di proprietà e soprattutto in *franchising* nelle più importanti piazze nazionali ed internazionali. Il gruppo Dalla Rovere, invece, produce e distribuisce abbigliamento *sportswear* utilizzando marchi su licenza (come Krizia Jeans, Red Valentino e Moschino Jeans).

Anche lo storico gruppo Marzotto, che è da anni ormai interessato da un profondo processo di ristrutturazione, ha progressivamente spostato il *focus* aziendale verso attività a maggiore valore aggiunto: se tradizionalmente, infatti, l'impresa era focalizzata soprattutto sulla produzione tessile, la dinamica del mercato l'ha portata ad integrare questo *core business* con quello dell'abbigliamento attraverso l'acquisizione di aziende (Hugo Boss, Valentino) o alleanze con stilisti, accrescendo la vicinanza al mercato finale attraverso il presidio del canale distributivo. A partire dal 1° luglio 2005 la scissione parziale del settore abbigliamento di Marzotto Spa a favore di Valentino Fashion Group sancisce la nascita di uno dei principali gruppi italiani nel settore della moda e del lusso, presente a livello distributivo in più di 100 Paesi con più di 10.000 punti vendita (di cui oltre 1.200 punti vendita monomarca gestiti da terzi e circa 200 negozi a gestione diretta) con un'ampia gamma qualitativa di prodotti che spazia dall'abbigliamento formale e non, femminile e maschile, agli accessori (profumi, occhiali e orologi), all'intimo e alle calzature, sia per uomo che per donna. La Marzotto Spa, pertanto, opera ora solo nel settore tessile (tessuti, filati lanieri e linieri).

(Giovanni Foresti e Stefania Trenti)

## Il credito alle imprese manifatturiere

### Tendenze

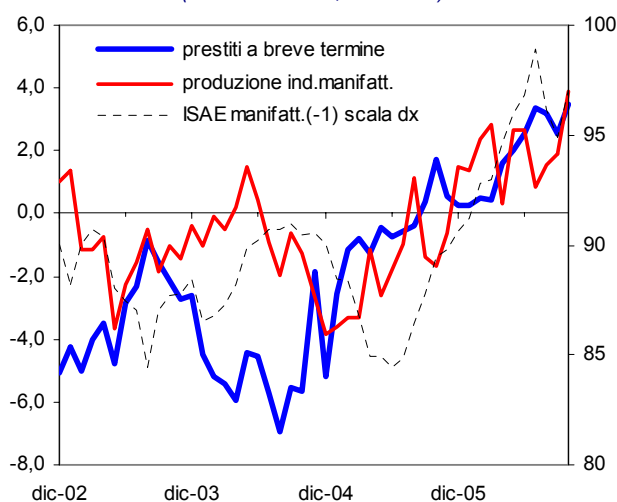
Nel terzo trimestre del 2006 la dinamica del credito all'industria manifatturiera si è ulteriormente consolidata, beneficiando della solidità della ripresa economica e di condizioni di finanziamento espansive. Nel periodo è apparso particolarmente evidente il collegamento tra l'evoluzione della domanda di finanziamenti ed il tendenziale miglioramento della produzione industriale e delle esportazioni, anche in quei settori del *made in Italy* che nel recente passato hanno maggiormente risentito della concorrenza dei produttori dei paesi emergenti. **Il supporto delle dinamiche reali alla crescita del credito all'industria dovrebbe sussistere anche nell'ultimo trimestre 2006 e nella prima parte dell'anno in corso**, riflettendo anche le favorevoli indicazioni sulla situazione corrente e sull'evoluzione a breve termine provenienti dalle indagini congiunturali Isae e PMI di fine anno.

Più precisamente, la variazione media trimestrale dei prestiti al settore (al lordo delle sofferenze) è stata del 3,8% su base annua, superiore di 1,5 punti percentuali rispetto a quella realizzata nel trimestre precedente. In particolare, nel mese di settembre si è rilevato un tasso di crescita del 4,1%, punto di massima espansione negli ultimi 3 anni.

Si è confermata **in rapido rafforzamento la domanda di credito a breve termine**, tipicamente legata al finanziamento dell'attività corrente delle imprese (fig. 1), con un incremento medio annuo nel trimestre del 3,0%, che si confronta con una crescita media dei sei mesi precedenti pari all'1,2%.

**Fig. 1 – Prestiti al settore manifatturiero**

(a breve termine; var. % a/a)

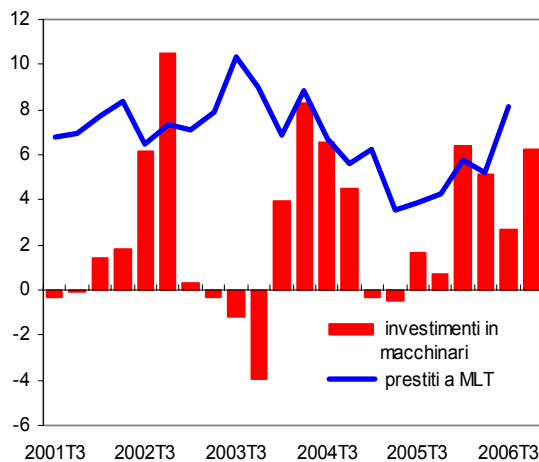


Fonte: Intesa Sanpaolo su dati Banca d'Italia e Isae

Nei mesi estivi lo sviluppo del credito alle imprese manifatturiere ha inoltre trovato sostegno nel **persistente e cospicuo aumento della domanda di prestiti a medio e lungo termine** (con durata originaria superiore ai 18 mesi), risultata in

ulteriore accelerazione (fig. 2) con un tendenziale +8,1% nella media del periodo (+9,4% a settembre), dal +5,2% conseguito nel 2006.T2. Questo positivo andamento riflette principalmente la sussistenza di condizioni di finanziamento molto vantaggiose in termini reali, che incoraggiano l'orientamento delle imprese all'allungamento della scadenza media dei debiti finanziari. Nondimeno, un ruolo significativo è rivestito dall'attuale favorevole momento del ciclo degli investimenti in macchinari e attrezzature, nonché dalle necessità di finanziamento connesse al processo di ristrutturazione e consolidamento in atto in molti settori industriali e finalizzato all'accrescimento della competitività internazionale.

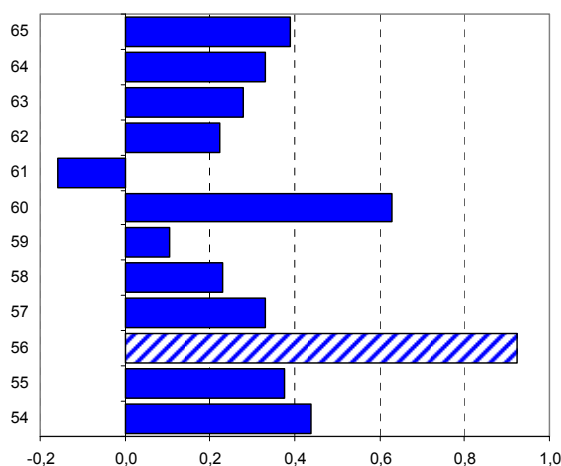
**Fig. 2 – Prestiti al settore manifatturiero**  
(a medio-lungo termine; var. % a/a; valori nominali)



Fonte: Intesa Sanpaolo su dati Banca d'Italia e Istat

Sotto il profilo settoriale, a settembre la più consistente variazione annua dei prestiti bancari si è registrata nella branca dei *mezzi di trasporto*, con un +14,1%, fatto che rispecchia la buona *performance* dell'industria automobilistica e del suo indotto nel corso del 2006. A seguire, il settore delle *macchine per ufficio, strumenti di precisione ed ottica*, con un +11,1% e quello dei *prodotti in metallo* con un +7,4%. In calo, invece i prestiti all'industria *alimentare* (-1,1%). Da segnalare, in particolare, dopo un lungo periodo di andamento negativo, timidi segnali di risveglio della domanda di finanziamenti del *tessile-abbigliamento-calzature* (+1,6%), verosimilmente da mettere in relazione al graduale rinvigorismento dell'attività del settore. In termini di contributo alla crescita complessiva del credito manifatturiero (fig. 3), alla fine del terzo trimestre il maggiore apporto è stato fornito dal comparto delle produzioni in metallo, al quale va ascritto un peso prossimo al 23%, seguito dal settore dei mezzi di trasporto con il 15% e dai prodotti a base di minerali non metallici con l'11%.

**Fig. 3 – Contributo settoriale alla crescita dei prestiti del settore manifatturiero (\*)**  
(settembre 2006; var. % a/a)



(\*) codici branche di attività economica (cfr. note)

Fonte: Intesa Sanpaolo su dati Banca d'Italia

**L'accelerazione dell'attività di finanziamento dell'industria manifatturiera ha trovato generale riscontro in tutte le macroaree del paese.**

Lo scorso settembre, pur mantenendosi al di sotto della media nazionale, le variazioni tendenziali dei prestiti alle imprese del Nord-Est (+2,6% a/a) e del Nord-Ovest (+3,8%) sono più che raddoppiate rispetto al trimestre precedente. Più sostenuta, ma con tassi di crescita sostanzialmente stabili sulla rilevazione di giugno, l'evoluzione del Centro (+5,3%) e del Mezzogiorno (+7,6%).

**L'outlook a breve termine del credito industriale si mantiene pertanto positivo.**

Si prevede infatti un'ulteriore accelerazione nel 4° trimestre 2006 e una successiva tenuta dei livelli di crescita, motivata sia dal permanere di condizioni di accesso al credito non particolarmente restrittive, sia da un contesto economico globale ancora favorevole all'espansione dell'attività industriale. La domanda di fondi è attesa consistente su tutta la struttura per scadenza, a sostegno sia dell'attività corrente, sia della realizzazione di investimenti, a loro volta giustificati dall'attuale positiva dinamica della produzione e degli ordini di beni capitali, nonché dall'elevato utilizzo degli impianti. Sull'evoluzione del credito resta, infine, di incerta valutazione l'impatto netto che potrà determinarsi a seguito della riduzione del cuneo fiscale e del definitivo abbandono del fondo tfr come fonte di finanziamento per le società con più di 50 addetti.

**L'evoluzione creditizia nelle aree ad elevata intensità distrettuale**

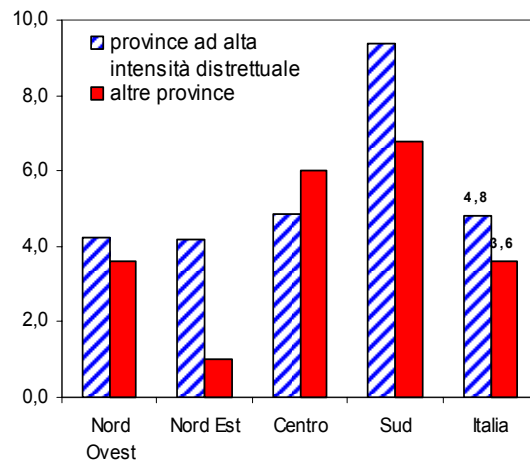
Nella porzione di territorio nazionale coperto dalle province che presentano una elevata vocazione distrettuale<sup>9</sup>, si è rilevata a settembre una crescita tendenziale

<sup>9</sup> Il territorio comprende l'insieme delle province ove si riscontra una percentuale delle export distrettuali superiore al 30% del totale delle export complessive della provincia. Le province identificate sono 33, di cui 7 nel Nord-Ovest, 8 nel Nord-Est, 12 nel Centro e 6 nel Sud.

dei prestiti al settore manifatturiero pari al 4,8%, con un'accelerazione di 1,2 punti percentuali sullo stesso dato registrato alla fine del secondo trimestre. Il rafforzamento delle dinamiche creditizie appare generalizzato a tutte le ripartizioni geografiche (fig. 4), ad eccezione delle aree distrettuali del Sud dove la crescita è rimasta stabile (+9,4%). Il miglioramento è invece particolarmente apprezzabile nei distretti del Nord-Est (+4,8%) e del Nord-Ovest (+4,2%), meno in quelli del Centro (+4,8).

**La velocità di espansione dell'attività creditizia nelle province "distrettuali" si è mostrata, in generale, più intensa rispetto al resto d'Italia, dove, pur in accelerazione, la crescita si è fermata al 3,6%. A questa regola hanno fatto eccezione le aree distrettuali del Centro Italia, che hanno registrato uno sviluppo meno pronunciato rispetto alle province "despecializzate" (4,8% vs. 6,0%).**

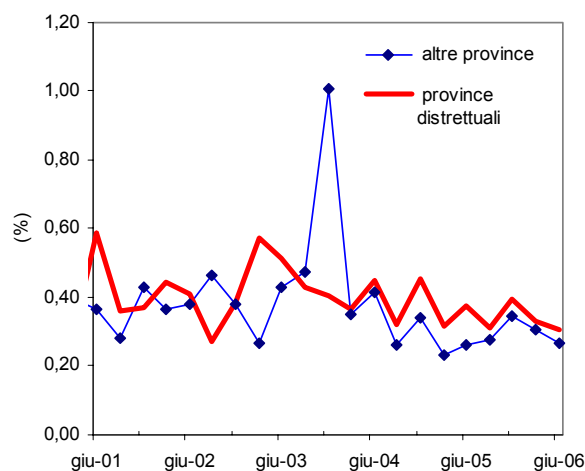
**Fig. 4 - Credito alle imprese manifatturiere per ripartizione geografica**  
(settembre 2006; var.% a/a)



Fonte: Banca Intesa su dati Banca d'Italia

Per le banche, **la qualità degli impieghi con il settore manifatturiero si è mantenuta di buon livello**: a settembre il rapporto fra sofferenze lorde ed impieghi lordi risultava infatti pari al 5,4%, frazione stabile rispetto a fine 2005. Lo stesso rapporto era, nello stesso mese, al 4,9% nelle province "distrettuali" e al 5,8% nelle altre province. Tuttavia, il tasso trimestrale di decadimento dei prestiti, che misura l'incidenza del flusso di nuove sofferenze, appare leggermente più elevato per le prime, pur nel quadro di una tendenza alla progressiva diminuzione (fig. 5).

**Fig. 5 – Tassi di decadimento dei prestiti**  
(nuove sofferenze/prestiti al trimestre precedente)



Fonte: Banca Intesa su dati Banca d'Italia

Nel seguito si dà conto, con vista per ripartizione, della dinamica tendenziale del credito, registrata nel terzo trimestre 2006 nei settori di specializzazione delle province a forte vocazione distrettuale:

**Nord Ovest.** La crescita dei volumi di prestiti alle imprese del **tessile-abbigliamento-calzature** si è mantenuta negativa o stagnante nelle province di Biella (-5,0%), Varese (-1,4%) e Brescia (+0,2%), mentre in recupero si è mostrata a Como (+2,9%) e Mantova (+4,0%), riflettendo probabilmente anche la ripresa delle *export* dei distretti della seta e della calzetteria. Nel settore dei **prodotti in metallo** la dinamica creditizia ha mostrato un sostenuto aumento a Brescia (+9,9%), riconducibile anche al buon andamento dell'attività del distretto di Lumezzane, e il ritorno in territorio positivo per Verbania (+1,5%). In flessione invece i prestiti alle imprese del settore attive in provincia di Novara (-3,7%) e Varese (-1,4%). Per quanto riguarda il settore delle **macchine agricole ed industriali**, infine, la domanda di finanziamenti è apparsa in forte accelerazione in provincia di Mantova (+20,8%) e Brescia (+7,3%), mentre ha subito una flessione a Varese (-1,6%) e Biella (-11,0%), dove si è però rilevato un andamento meno sfavorevole rispetto al 2006.T2.

**Nord Est.** L'attività creditizia con l'industria ha registrato una diffusa intensificazione in tutti i settori di specializzazione. In particolare, la dinamica dei finanziamenti delle imprese del **sistema moda** è tornata moderatamente positiva nelle province di Vicenza (+1,2%) e Verona (+3,9%), mentre, pur in miglioramento, si è confermata negativa a Rimini (-1,0%). Più vivace la crescita nella provincia di Modena (+6,9%), mentre a Treviso (+3,4%) si è registrato un leggero rallentamento. L'evoluzione creditizia dell'**industria del mobile** (compresa, al pari dell'oreficeria, nella branca *altri prodotti industriali*) ha confermato il profilo positivo del 2006.T2 nella provincia di Udine (+5,0% a/a), dove nel terzo trimestre si sono registrati (deboli) segnali di miglioramento dell'attività del distretto della sedia di Manzano. La dinamica creditizia ha inoltre continuato a mostrarsi molto robusta a Pordenone (+12,9% a/a) e stagnante a Treviso (+0,0%). In queste due province, la tendenza all'indebitamento delle

imprese produttrici di **elettrodomestici** della cd. *Inox Valley* è apparsa in aumento, molto sostenuto a Pordenone (+25,7%), più moderato a Treviso (+4,0%). Di rilievo, infine, la forte crescita nell'**industria delle piastrelle** in provincia di Modena (+22,3%), legata presumibilmente anche alla buon momento delle esportazioni.

**Centro.** La domanda di finanziamenti bancari dell'importante settore del **tessile-abbigliamento-calzature** ha consolidato i segnali di ripresa mostrati durante la primavera, aumentando in quasi tutte le province di specializzazione ed assecondando le indicazioni di ripresa congiunturale del settore. Sotto questo profilo, in buona espansione si sono mostrate le province di Ascoli (+9,8%) e Pesaro (+7,8% a/a), mentre più contenuta la crescita è risultata a Macerata (+5,6%), Firenze (+4,3%) e Prato (+1,0%). Conferma in negativo invece per Lucca (-7,5%). In quest'ultima provincia sono inoltre molto aumentati, rispetto al 2005, i finanziamenti al **settore cartario** (+9,4%), che rappresenta il principale settore di specializzazione. Note positive dall'**industria del mobile**: rispetto alla rilevazione di giugno, la crescita dei prestiti è apparsa più dinamica nelle province di Pistoia (+13,2% a/a) ed Ancona (+7,9%), presentandosi invece più limitata a Pesaro (+2,8%). Il finanziamento delle imprese dell'**industria orafa** di Arezzo, dopo il brusco rallentamento nel secondo trimestre, hanno virato decisamente in negativo (-3,4%), in linea con il momento poco brillante del settore.

**Sud.** La dinamica degli impieghi bancari nelle province "distrettuali" dell'area è risultata stabile rispetto al 2006.T2. La crescita del credito all'**industria dell'abbigliamento e delle calzature** ha presentato un andamento misto. All'accelerazione a Bari (+5,9%) e all'ulteriore rafforzamento della dinamica in provincia di Pescara (+19,1%), coerente con il consolidamento della ripresa della produzione del distretto dell'abbigliamento Sud Abruzzese, ha fatto da contraltare l'andamento negativo ad Avellino (-5,2%) e Lecce (-5,4%), potenzialmente collegato al perdurare della fase di difficoltà dei distretti della concia e delle calzature di queste province. Nel **settore del mobile**, anch'esso in difficoltà sotto il profilo delle *export*, l'andamento degli impieghi bancari è apparso in rafforzamento nella provincia di Bari (+8,9%) ed in rallentamento a Pescara (+4,4%) e Matera (+0,8%). Infine, si segnala il forte aumento dei prestiti all'**industria alimentare** di Salerno (+10,9% a/a), dove la dinamica delle *export* del locale distretto delle conserve di Nocera Inferiore, pur ancora lievemente negativa, è apparsa, nell'ultimo trimestre, in netta ripresa.

(Stefano Corona)

**Tab. 5 – Struttura del sistema bancario nelle province ad elevata intensità distrettuale**  
(Settembre 2006)

PROVINCE	# banche presenti	# sportelli attivi	Indice H (concentrazione)	# addetti x sportello	banca leader (per numero sportelli)
<b>Nord Ovest</b>					
BIELLA	21	129	0,212	7,2	CASSA DI RISPARMIO DI BIELLA E VERCELLI - BIVERBANCA SPA
BRESCIA	76	865	0,070	6,4	BANCO DI BRESCIA SAN PAOLO CAB SOCIETA' PER AZIONI (ABBR. BANCO DI BRESCIA S.P.A.)
COMO	38	348	0,091	7,1	SANPAOLO IMI S.P.A.
MANTOVA	41	321	0,116	6,7	BANCA AGRICOLA MANTOVANA S.P.A. (IN FORMA ABBREVIATA BAM S.P.A. OVVERO B.A.M. S.P.A.)
NOVARA	28	199	0,126	9,0	BANCA POPOLARE DI NOVARA S.P.A.
VARESE	42	457	0,075	7,9	BANCA POPOLARE DI BERGAMO S.P.A.
VERBANO-CUSIO-OSSOLA	16	83	0,187	6,9	BANCA POPOLARE DI INTRA - SOCIETA' COOPERATIVA PER AZIONI
<b>Nord Est</b>					
BELLUNO	26	195	0,143	4,6	UNICREDIT BANCA S.P.A.
MODENA	46	481	0,089	7,1	UNICREDIT BANCA S.P.A.
PORDENONE	29	220	0,108	5,8	BANCA POPOLARE FRIULADRIA - SOCIETA' PER AZIONI
RIMINI	37	279	0,079	5,2	BANCA CARIM - CASSA DI RISPARMIO DI RIMINI S.P.A.
TREVISO	54	623	0,073	7,5	UNICREDIT BANCA S.P.A.
UDINE	38	456	0,082	5,3	FRIULCASSA S.P.A. - CASSA DI RISPARMIO REGIONALE (IN FORMA ABBREVIATA FRIULCASSA S.P.A.)
VERONA	63	672	0,103	7,0	BANCO POPOLARE DI VERONA E NOVARA SOCIETA' COOPERATIVA A RESPONSABILITA' LIMITATA
VICENZA	53	627	0,084	6,2	UNICREDIT BANCA S.P.A.
<b>Centro</b>					
ANCONA	55	358	0,074	5,9	BANCA DELLE MARCHE S.P.A.
AREZZO	31	217	0,118	6,8	BANCA POPOLARE DELL'ETRURIA E DEL LAZIO - SOCIETA' COOPERATIVA (IN BREVE BANCAETRURIA SOCIET
ASCOLI PICENO	31	255	0,085	5,9	CASSA DI RISPARMIO DI ASCOLI PICENO S.P.A.
FIRENZE	74	653	0,079	8,8	CASSA DI RISPARMIO DI FIRENZE SOCIETA' PER AZIONI (OVVERO BANCA CR FIRENZE SPA)
LUCCA	35	252	0,105	7,0	CASSA DI RISPARMIO DI LUCCA PISA LIVORNO S.P.A.
MACERATA	32	230	0,117	5,2	BANCA DELLE MARCHE S.P.A.
MASSA	22	105	0,116	7,0	CASSA DI RISPARMIO DI CARRARA S.P.A.
PESARO E URBINO	38	308	0,089	5,7	BANCA DELLE MARCHE S.P.A.
PISA	31	261	0,087	6,4	CASSA DI RISPARMIO DI LUCCA PISA LIVORNO S.P.A.
PISTOIA	33	180	0,109	6,3	CASSA DI RISPARMIO DI PISTOIA E PESCIA S.P.A. (IN SIGLA CARIPIT S.P.A.)
PRATO	37	135	0,093	9,3	CARIPRATO - CASSA DI RISPARMIO DI PRATO S.P.A.
VITERBO	29	195	0,107	5,3	CASSA DI RISPARMIO DELLA PROVINCIA DI VITERBO S.P.A.
<b>Sud</b>					
AVELLINO	25	128	0,129	6,1	SANPAOLO BANCO DI NAPOLI S.P.A.
BARI	58	596	0,064	8,8	SANPAOLO BANCO DI NAPOLI S.P.A.
LECCE	31	261	0,099	7,2	BANCA POPOLARE PUGLIESE - SOCIETA' COOPERATIVA PER AZIONI
MATERA	19	86	0,135	5,4	BANCA POPOLARE DEL MATERANO S.P.A.
PESCARA	38	160	0,089	9,1	BANCA CARIFE S.P.A. (IN BREVE BANCA CARIFE)
SALERNO	44	357	0,070	6,5	SANPAOLO BANCO DI NAPOLI S.P.A.

Fonte: ns. elaborazioni su dati Banca d'Italia

*Nota: L'indice H di Herfindahl è usualmente utilizzato per misurare il grado di concorrenza strutturale del sistema bancario all'interno di un certo territorio. Il risultato va interpretato tenendo conto che l'indice assume valori tanto più prossimi all'unità, quanto più ci si avvicina ad una situazione di monopolio.*

**Tab. 6 – Evoluzione creditizia nelle province ad elevata intensità distrettuale**  
(Settembre 2006)

RIPARTIZIONI/PROVINCE	Industria manifatturiera		Principali branche di specializzazione (distretti)						Servizi	Totale Industria + Servizi
	var% a/a	evoluzione	codice branca	var% a/a	codice branca	var% a/a	codice branca	var% a/a	var% a/a	var% a/a
<b>Nord Ovest</b>	<b>4,2</b>	<b>↑</b>							<b>9,7</b>	<b>7,6</b>
BIELLA	-5,1	↑	62	-5,0	57	-11,0			5,6	-1,2
BRESCIA	7,8	↑	56	9,9	57	7,3	62	0,2	13,4	10,4
COMO	1,1	↔	62	2,9	65	4,5			7,9	5,1
MANTOVA	1,6	↔	57	20,8	62	4,0	56	-16,0	12,7	9,9
NOVARA	8,4	↑	56	-3,7					-12,1	-3,1
VARESE	2,9	↓	57	-1,6	62	-1,4	64	2,8	14,2	8,7
VERBANO-CUSIO-OSSOLA	5,8	↑	56	1,5					2,2	4,7
<b>Nord Est</b>	<b>4,2</b>	<b>↑</b>							<b>11,7</b>	<b>7,6</b>
BELLUNO	-10,5	↑	58	-13,3					-9,2	-8,9
MODENA	8,2	↓	54	22,3	62	6,9	57	5,2	8,8	8,1
PORDENONE	10,4	↑	65	12,9	59	25,7	56	10,9	5,2	8,0
RIMINI	1,5	↓	62	-1,0	57	-3,5			4,0	2,9
TREVISIO	4,0	↔	62	3,4	65	0,0	59	4,0	22,6	12,7
UDINE	-7,0	↑	65	5,0	61	7,4			16,5	0,7
VERONA	7,5	↑	62	3,9	54	3,6	61	16,6	13,1	10,8
VICENZA	4,2	↑	62	1,2	65	-1,0	57	-7,3	8,5	6,5
<b>Centro</b>	<b>4,8</b>	<b>↑</b>							<b>10,9</b>	<b>8,1</b>
ANCONA	2,6	↓	59	-9,4	65	7,9			12,6	6,1
AREZZO	2,1	↓	65	-3,4					12,1	5,9
ASCOLI PICENO	9,8	↑	62	9,8					10,3	10,5
FIRENZE	6,0	↑	62	4,3	54	12,9			12,1	9,5
LUCCA	8,2	↑	63	9,4	62	-7,5			8,1	8,9
MACERATA	5,5	↑	62	5,6	65	7,2			9,1	7,5
MASSA	2,8	↑	54	0,8					16,1	10,8
PESARO E URBINO	8,8	↑	65	2,8	57	-9,7	62	7,8	14,8	11,9
PISA	0,7	↓	62	6,3					8,3	6,1
PISTOIA	5,0	↑	65	13,2	62	0,9			8,5	7,4
PRATO	1,3	↔	62	1,0					10,7	5,9
VITERBO	4,4	↔	54	5,4					1,4	2,2
<b>Sud</b>	<b>9,4</b>	<b>↔</b>							<b>11,3</b>	<b>10,8</b>
AVELLINO	2,0	↓	62	-5,2					8,4	2,7
BARI	14,0	↑	65	8,9	62	5,9			8,4	11,7
LECCE	3,6	↓	62	-5,4					7,7	6,4
MATERA	1,5	↓	65	-0,8					3,1	2,6
PESCARA	2,7	↔	62	19,1	65	4,4			18,4	13,8
SALERNO	12,6	↓	61	10,9					18,0	15,8
<b>Totale province sede di distretti</b>	<b>4,8</b>	<b>↑</b>							<b>10,9</b>	<b>8,0</b>
<b>Altre province</b>	<b>3,6</b>	<b>↑</b>							<b>10,6</b>	<b>8,5</b>
<b>Italia</b>	<b>4,1</b>	<b>↑</b>							<b>10,7</b>	<b>8,4</b>

Fonte: ns. elaborazioni su dati matrice dei conti, flusso di ritorno

Nota:

- ↑ In accelerazione: (var. % a/a trimestre attuale – var. % a/a trimestre precedente) > 0,5
- ↔ Stabile: +0,5 ≥ (var.% a/a trimestre attuale - var.% a/a trimestre precedente) ≥ -0,5
- ↓ In rallentamento: (var.% a/a trimestre attuale - var.% a/a trimestre precedente) < -0,5

**Note alla tabella 6**

La tavola riporta la dinamica degli impieghi bancari per le province ad elevata intensità distrettuale, dove il rapporto tra le *export* riconducibili ai distretti industriali ivi presenti ed il totale delle *export* della provincia supera il 30%. Al fine di fornire un'indicazione che approssimi l'evoluzione del credito nei principali distretti per volume di *export* di ognuna di queste province, si riporta inoltre la dinamica degli impieghi per le principali branche di specializzazione produttiva (max 3). Ogni branca riassume a livello aggregato una serie di codici Ateco di produzioni industriali, come di seguito indicato.

**Branche e gruppi di attività economica**

<b>Codice branca</b>	<b>Descrizione</b>	<b>Gruppi (codici Ateco)</b>
54	Minerali e prodotti a base di minerali non metallici	261, 262, 263, 267
56	Prodotti in metallo esclusi macchine e mezzi di trasporto	271, 273, 274, 275, 281, 284, 286, 287, 291, 282
57	Macchine agricole e industriali	292, 293, 294, 295
58	Macchine per ufficio, macchine per l'elaborazione dei dati, strumenti di precisione, di ottica e similari	300, 322, 331, 332, 334
59	Materiali e forniture elettriche	297
60	Mezzi di trasporto	354
61	Prodotti alimentari, bevande e prodotti a base di tabacco	151, 153, 155, 158, 159
62	Prodotti tessili, cuoio e calzature, abbigliamento	171, ..., 178, 181, ..., 189, 191, ..., 199
63	Carta, articoli di carta, prodotti della stampa ed editoria	212, 222
64	Prodotti in gomma ed in plastica	251, 252
65	Altri prodotti industriali	205, 361, 362, 363

## Appendice Metodologica

Una preciso riscontro quantitativo a livello dei singoli distretti dell'andamento della congiuntura non è facile. Le uniche informazioni aggiornate a livello territoriale (provinciale) che sono disponibili riguardano le esportazioni espresse a prezzi correnti (dati trimestrali). Un incrocio province/settori per le esportazioni è disponibile inoltre per un numero relativamente limitato di settori (circa 100). La congiuntura dei distretti può essere pertanto approssimata in un modo molto grezzo, con un maggiore grado di confidenza solo per i distretti fortemente *export-oriented* (non ci sono infatti dati sul mercato interno) e per quelli che producono beni non troppo specifici (non abbiamo statistiche su micro-settori ad esempio come "coltelli e forchette"... ) e quindi ben rappresentati in un aggregato settoriale a livello superiore.

I distretti analizzati costituiscono una sintesi di quelli individuati dal Club dei distretti, dall'Istat, dalla Fondazione Edison, e dalle Leggi Regionali che censiscono i distretti stessi.

Poiché il presente lavoro ha finalità soprattutto quantitative a livello del sistema distretti nel suo complesso, ci si è concentrati solo sui distretti che potevano essere ben rappresentati nei dati Istat disponibili sul commercio estero a livello provinciale. Vale la pena precisare che i dati Istat provinciali si riferiscono alle *export* espresse a prezzi correnti e, pertanto, non tengono conto dei fenomeni inflativi ovvero delle variazioni di prezzo non dovuti a miglioramenti qualitativi dei beni prodotti. Questi dati devono, pertanto, essere valutati con cautela visto che, come è accaduto per i Prodotti in Metallo per l'Industria nel 2004, l'evoluzione positiva dell'*export* può nascondere aumenti di prezzo legati anche ai forti rincari delle materie prime.

L'evoluzione delle esportazioni proposta nel Monitor viene realizzata utilizzando dati tra loro omogenei nel tempo, confrontando dati provvisori del periodo  $t$  con dati provvisori del periodo  $t-1$  e non dati provvisori del periodo  $t$  con dati definitivi del periodo  $t-1$ . In questo numero del Monitor, ad esempio, le variazioni percentuali del 2005 sono calcolate utilizzando i dati definitivi del 2005 e del 2004, mentre le variazioni del periodo ottobre 2005 - settembre 2006 sono computate avvalendosi dei dati provvisori del periodo ottobre 2005 - settembre 2006 (i definitivi per i primi nove mesi del 2006 non sono ancora disponibili) e del periodo ottobre 2004 - settembre 2005. La questione del confronto omogeneo si pone poiché i dati definitivi per uno specifico anno sono generalmente forniti entro il mese di novembre dell'anno successivo (i dati definitivi del 2005, ad esempio, sono stati resi noti nel novembre del 2006). La provvisorietà dei dati dipende dal fatto che per gli operatori con un contenuto ammontare di fatturato estero (circa il 3% degli scambi con i paesi dell'Ue) la rilevazione del commercio con i paesi appartenenti all'Unione europea ha periodicità trimestrale ed annuale e non mensile. Il confronto tra dati definitivi e provvisori comporterebbe pertanto una sottostima dell'evoluzione delle esportazioni, visto che i primi includono anche i dati relativi agli operatori minori, mentre i secondi li escludono. Recentemente qualche tentativo di correzione è stato implementato anche dall'Istat: a partire dal mese di gennaio del 2005 i dati mensili diffusi dall'Istat includono, infatti, una stima del valore mensile dei flussi rilevati a livello trimestrale e annuale.

Con il numero del Monitor dei Distretti del Novembre 2004 abbiamo parzialmente rivisto i distretti finora individuati, escludendone alcuni di limitata dimensione ed includendone altri. In particolare, sono stati esclusi quei distretti che nel tempo hanno perso rilevanza (le bambole di Canneto sull'Oglio, la maglieria di Lomellina, il tessile-abbigliamento di Verbania, il granito di Sassari) o che hanno perso la loro natura di distretti (si pensi alle tegole in cotto di Possagno che ormai, dopo la fusione delle cinque società che operavano sul territorio, vengono prodotte da un'unica impresa). Sono stati, invece, inseriti nuovi distretti della meccanica strumentale (ad esempio le macchine per l'imballaggio di Bologna o quelle per le industrie alimentari di Parma), dell'abbigliamento (come l'abbigliamento Nord Abruzzese, del Napoletano), delle calzature (del Veronese, del Napoletano, di Fusignano-Bagnacavallo, di Lucca), degli elettrodomestici e delle cappe aspiranti di Fabriano, del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene. Laddove necessario sono state anche riviste le specializzazioni produttive dei distretti o le province su cui insistono i distretti. Ad esempio, nel caso del distretto di Sassuolo, alla provincia di Modena si è aggiunta la provincia di Reggio-Emilia; nel distretto di Lumezzane, oltre alla rubinetteria, si è considerata anche la produzione di coltelleria, posateria e pentolame. Con queste revisioni i distretti monitorati sono ora circa 100.

Le prospettive settoriali sono una valutazione qualitativa basata sulle previsioni effettuate da Prometeia "Analisi dei Microsettori". Il dettaglio settoriale in questo caso è più disaggregato, con circa 170 settori manifatturieri. Nelle tabelle vengono espresse valutazioni qualitative circa le prospettive di crescita delle esportazioni (ovvero del fatturato realizzato dalle imprese italiane all'estero) nel biennio 2007-'08. Queste valutazioni riguardano le prospettive di crescita dei settori manifatturieri in cui sono specializzati i distretti e, pertanto, non esprimono direttamente un giudizio circa l'evoluzione prevista per un determinato distretto, che di fatto può conseguire risultati migliori o peggiori di quelli medi previsti per il settore in cui è specializzato. Si tenga presente che i giudizi sono espressi sulla base delle previsioni di crescita reale (ovvero a prezzi costanti) delle esportazioni. In altre parole, essi, a differenza delle export provinciali trimestrali, tengono conto dei fenomeni inflativi ovvero degli aumenti di prezzo praticati dai produttori e considerano solo gli aumenti o le diminuzioni di export non riconducibili a variazioni di prezzo. La scala di valutazione si compone di sei classi di giudizio che vanno dalla situazione in cui le prospettive di crescita sono molto negative a quella in cui le prospettive di crescita sono molto positive.

#### Scala di valutazione

---	Variazione a prezzi costanti della produzione (esportazioni) inferiore a -4%
--	Variazione a prezzi costanti della produzione (esportazioni) tra -4% e -2%
-	Variazione a prezzi costanti della produzione (esportazioni) tra -2% e 0%
+	Variazione a prezzi costanti della produzione (esportazioni) tra 0% e +2%
++	Variazione a prezzi costanti della produzione (esportazioni) tra +2% e +4%
+++	Variazione a prezzi costanti della produzione (esportazioni) superiore a +4%

**Cruscotto dei distretti (Nord-Ovest - parte I)**

Distretto	Provincia	Specializzazione	Export nominale nel 2005 (milioni di euro)	Var. % nominale export		Rilevanza Distretto <sup>2</sup>	Evoluzione attesa nel 2007-'08 per le export del settore in Italia <sup>3</sup>
				2005	Ott05-Set06 <sup>1</sup>		
Frigoriferi ind. di Casale Monferrato	Alessandria	Frigoriferi industriali	102	-19,3	-36,3	3,3	-
Orafo di Valenza	Alessandria	Orafo	400	0,4	21,7	13,0	+
Vini di Langhe, Roero e Monferrato	Asti	Vino	154	-0,3	5,7	15,9	+++
Vini di Langhe, Roero e Monferrato	Cuneo	Vino	442	15,3	12,5	8,9	+++
Gomma del Sebino Bergamasco	Bergamo	Gomma	275	4,0	4,0	2,6	++
Macch. tessili e per mat.plast. di Bergamo	Bergamo	Macchine tessile	679	-0,6	11,6	6,5	+
Macch. tessili e per mat.plast. di Bergamo	Bergamo	Macchine materie plastiche	679	-0,6	11,6	6,5	-
Tessile e abbigliamento della Val Seriana	Bergamo	Filati in cotone	130	-9,6	0,9	1,2	+
Tessile e abbigliamento della Val Seriana	Bergamo	Tessuti in cotone	369	-8,2	-9,4	3,5	+
Tessile e abbigliamento della Val Seriana	Bergamo	Abbigliamento	313	5,9	8,0	3,0	++
Macchine tessili di Biella	Biella	Macchine tessile	86	-0,8	5,5	5,8	+
Tessile di Biella	Biella	Filati in lana	440	-9,5	-8,9	29,5	+
Tessile di Biella	Biella	Tessuti lana	504	9,9	9,6	33,9	+
Abbigl. e calzature della Bassa Bresciana	Brescia	Abbigliamento	172	-0,4	-0,9	1,7	++
Abbigl. e calzature della Bassa Bresciana	Brescia	Calzature	138	-6,6	2,6	1,4	+
Rubinetti e pentolame di Lumezzane	Brescia	Coltelleria, posateria, pentole	919	7,1	31,6	9,1	--
Rubinetti e pentolame di Lumezzane	Brescia	Rubinetteria	928	0,6	26,7	9,2	+
Macch. tessili e per mat.plast. di Brescia	Brescia	Macchine tessile	739	-9,8	2,3	7,3	+
Macch. tessili e per mat.plast. di Brescia	Brescia	Macchine materie plastiche	739	-9,8	2,3	7,3	-
Metalmeccanica Brescia e Valli Bresciane	Brescia	Siderurgia	749	15,2	63,6	7,4	+++
Metalmeccanica Brescia e Valli Bresciane	Brescia	Lavor. a freddo acciaio	114	3,8	8,2	1,1	-
Metalmeccanica Brescia e Valli Bresciane	Brescia	Lavor. metalli non ferrosi	773	10,0	52,0	7,7	++
Metalmeccanica Brescia e Valli Bresciane	Brescia	Fonderie	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-
Metalmeccanica Brescia e Valli Bresciane	Brescia	Carpenteria metallica	36	11,0	25,2	0,4	--
Metalmeccanica Brescia e Valli Bresciane	Brescia	Lav. meccanic. e metallurgiche	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-
Metalmeccanica Brescia e Valli Bresciane	Brescia	Prodotti in metallo	321	4,3	4,8	3,2	+++
Seta-Tessile di Como	Como	Tessuti in seta	736	2,8	3,3	16,6	++
Seta-Tessile di Como	Como	Abbigliamento	395	-3,7	0,3	8,9	++
Legno-arredo di Brianza	Como	Mobili camera e soggiorno	431	4,0	10,7	9,7	--
Legno-arredo di Brianza	Milano	Mobili camera e soggiorno	948	6,5	10,9	2,5	--
Legno di Casalasco-Viadanese	Cremona	Legno	19	268,3	935,9	0,9	-
Legno di Casalasco-Viadanese	Mantova	Legno	52	-16,5	-8,2	1,3	-
Calzetteria di Castel Goffredo	Mantova	Calzetteria	376	-0,7	11,8	9,3	-

**Cruscotto dei distretti (Nord-Ovest - parte II)**

Distretto	Provincia	Specializzazione	Export nominale nel 2005 (milioni di euro)	Var. % nominale export		Rilevanza Distretto <sup>2</sup>	Evoluzione attesa nel 2007-'08 per le export del settore in Italia <sup>3</sup>
				2005	Ott05-Set06 <sup>1</sup>		
Metalmeccanico del Basso Mantovano	Mantova	Carpenteria metallica	18	21,5	-0,7	0,4	--
Metalmeccanico del Basso Mantovano	Mantova	Organi di trasmissione	147	5,6	8,8	3,6	+++
Metalmeccanico del Basso Mantovano	Mantova	Impianti sollevam. e trasporto	428	1,2	-1,1	10,5	-
Metalmeccanico del Basso Mantovano	Mantova	Macchine agricole	62	-2,2	-2,3	1,5	-
Elettronica di Sestri Ponente	Genova	Macchine per tlc	97	70,4	8,6	4,3	+++
Lavor. ardesia di Val Fontanabuona	Genova	Lavor. Ardesia	10	-7,2	-3,4	0,5	++
Prodotti metallo di Lecchese-Premana	Lecco	Lavor. a freddo dell'acciaio	225	16,3	11,0	7,6	-
Prodotti metallo di Lecchese-Premana	Lecco	Carpenteria metallica	10	6,8	29,3	0,3	--
Prodotti metallo di Lecchese-Premana	Lecco	Lav. meccanic. e metallurgiche	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-
Prodotti metallo di Lecchese-Premana	Lecco	Prodotti in metallo	164	12,7	16,4	5,5	+++
Prodotti metallo di Lecchese-Premana	Lecco	Viterie e bullonerie	401	26,0	21,7	13,5	+
Prodotti metallo di Lecchese-Premana	Lecco	Coltelleria, posateria, pentole	401	26,0	21,7	13,5	--
Rubinerteria Cusio-Valsesia	Novara	Rubinerteria e valvolame	879	2,0	13,3	24,5	+
Rubinerteria Cusio-Valsesia	Vercelli	Rubinerteria e valvolame	214	11,7	24,7	15,0	+
Rubinerteria Cusio-Valsesia	Verbania	Rubinerteria e valvolame	38	-5,1	17,2	8,0	+
Casalinghi di Omegna	Verbania	Casalinghi	55	-23,5	10,3	11,6	--
Calzature di Vigevano	Pavia	Calzature	91	-4,1	9,9	3,3	+
Macchine concia/pelle di Vigevano	Pavia	Macchine concia/pelle	232	0,9	-14,7	8,4	--
ICT di Torino	Torino	Informat. e macchine ufficio	249	-8,9	-3,9	1,6	+
ICT di Torino	Torino	Macchine per tlc	126	38,2	69,3	0,8	+++
ICT di Torino	Torino	Automazione, misura, controllo	274	-6,9	-2,9	1,7	++
Abbigliamento-tessile Gallaratese	Varese	Tessuti in cotone	286	-6,7	-1,3	3,7	+
Abbigliamento-tessile Gallaratese	Varese	Maglieria esterna	79	-3,8	-9,9	1,0	++
Abbigliamento-tessile Gallaratese	Varese	Abbigliamento	232	3,5	0,5	3,0	++
Artic. in gomma e materie plast. di Varese	Varese	Manufatti plastica per industria	633	2,8	3,5	8,2	++
Artic. in gomma e materie plast. di Varese	Varese	Imballaggi in plastica	633	2,8	3,5	8,2	++
Artic. in gomma e materie plast. di Varese	Varese	Manuf. plastica per consumo	633	2,8	3,5	8,2	-
Lavor.metalli Valle dell'Arno	Varese	Carpenteria metallica	15	-17,7	-48,3	0,2	--
Lavor.metalli Valle dell'Arno	Varese	Lav. meccanic. e metallurgiche	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-
Lavor.metalli Valle dell'Arno	Varese	Prodotti in metallo	65	7,5	-4,1	0,8	+++
Lavor.metalli Valle dell'Arno	Varese	Coltelleria, posateria, pentole	257	14,1	2,5	3,3	--
Meccanica Strumentale di Varese	Varese	Macchine materie plastiche	691	7,1	4,0	8,9	-
Meccanica Strumentale di Varese	Varese	Macchine tessile	691	7,1	4,0	8,9	+
Meccanica Strumentale di Varese	Varese	Macchine utensili	186	16,3	15,7	2,4	+++

**Cruscotto dei distretti (Nord-Est - parte I)**

Distretto	Provincia	Specializzazione	Export nominale nel 2005 (milioni di euro)	Var. % nominale export		Rilevanza Distretto <sup>2</sup>	Evoluzione attesa nel 2007-'08 per le export del settore in Italia <sup>3</sup>
				2005	Ott05-Set06 <sup>1</sup>		
Occhialeria di Belluno	Belluno	Occhialeria	1.204	14,5	25,2	60,2	++
Ciclomotori di Bologna	Bologna	Ciclomotori	364	-2,1	-0,9	4,0	+
Macchine per l'imballaggio di Bologna	Bologna	Macchine per l'imballaggio	1.527	1,4	5,1	16,6	+
Calzature di San Mauro Pascoli	Forlì-Cesena	Calzature	172	-0,4	13,7	8,2	+
Mobili imbottiti di Forlì	Forlì-Cesena	Mobili imbottiti	152	-3,9	-9,3	7,3	+
Biomedicale di Mirandola	Modena	Biomedicale	339	8,7	0,1	3,8	++
Macchine agric. di Reggio/Modena	Modena	Macchine agricole	383	7,8	0,0	4,3	-
Macchine agric. di Reggio/Modena	Reggio-Emilia	Macchine agricole	371	6,3	-2,3	5,8	-
Maglieria e abbigliamento di Carpi	Modena	Maglieria esterna	194	-2,9	-8,3	2,2	++
Maglieria e abbigliamento di Carpi	Modena	Abbigliamento	474	7,3	-9,5	5,4	++
Piastrelle di Sassuolo	Modena	Piastrelle	1.912	-2,5	6,5	21,7	-
Piastrelle di Sassuolo	Reggio-Emilia	Piastrelle	713	-0,8	8,1	11,1	-
Vetro artistico di Murano	Venezia	Vetro artistico	102	-1,3	6,3	2,5	-
Calzature del Brenta	Venezia	Calzature	317	4,0	-11,3	7,6	+
Calzature del Brenta	Padova	Calzature	306	-9,0	-6,7	4,9	+
Mat. plastiche di Treviso, Vicenza, Padova	Padova	Manuf. plastica per consumo	241	11,7	9,0	3,9	-
Mat. plastiche di Treviso, Vicenza, Padova	Treviso	Manuf. plastica per consumo	204	2,5	10,7	2,3	-
Mat. plastiche di Treviso, Vicenza, Padova	Vicenza	Manuf. plastica per consumo	341	-3,7	-17,3	2,9	-
Alimentare di Parma	Parma	Prosciutto	182	6,3	13,8	5,2	+++
Alimentare di Parma	Parma	Parmigiano	73	0,4	5,1	2,1	+++
Food machinery di Parma	Parma	Macchine per ind. alimentare	250	-17,3	10,5	7,2	+
Macchine uten. di Piacenza	Piacenza	Macchine utensili	110	60,1	38,9	7,0	+++
Coltelli, forbici di Maniago	Pordenone	Coltelli e forbici	39	4,8	7,9	1,2	--
Elettrodomestici di Inox valley	Treviso	Elettrodomestici	741	0,5	4,3	8,5	-
Elettrodomestici di Inox valley	Pordenone	Elettrodomestici	495	-9,7	-7,0	15,5	-
Mobile del Livenza e Quartiere del Piave	Pordenone	Mobili camera e soggiorno	664	4,4	0,8	20,8	--
Mobile del Livenza e Quartiere del Piave	Treviso	Mobili camera e soggiorno	1.039	-0,4	13,9	11,9	--
Calzatura sportiva di Montebelluna	Treviso	Calzature sportive	923	4,0	8,3	10,6	-
Prosecco di Conegliano Valdobbiadene	Treviso	Vino	183	-2,4	10,5	2,1	+++
Tessile e abbigliamento di Treviso	Treviso	Tessuti in cotone	297	-3,8	-10,2	3,4	+
Tessile e abbigliamento di Treviso	Treviso	Maglieria esterna	346	-15,6	-7,5	4,0	++
Tessile e abbigliamento di Treviso	Treviso	Abbigliamento	845	8,9	5,0	9,7	++

**Cruscotto dei distretti (Nord-Est - parte II)**

Distretto	Provincia	Specializzazione	Export nominale nel 2005 (milioni di euro)	Var. % nominale export		Rilevanza Distretto <sup>2</sup>	Evoluzione attesa nel 2007-'08 per le export del settore in Italia <sup>3</sup>
				2005	Ott05-Set06 <sup>1</sup>		
Calzature di Fusignano-Bagnacavallo	Ravenna	Calzature	21	-32,6	-16,7	1,1	+
Abbigliamento di Rimini	Rimini	Abbigliamento	316	24,0	27,8	26,9	++
Macchine legno di Rimini	Rimini	Macchine legno	254	-0,9	7,5	21,6	--
Porfido di Val di Cembra	Trento	Porfido	39	-8,1	4,9	1,5	+
Prosciutto San Daniele Del Friuli	Udine	Prosciutto	27	-1,1	-11,5	0,7	+++
Sedie e tavoli di Manzano	Udine	Sedie e tavoli	769	-9,6	-8,8	18,8	--
Calzatura veronese	Verona	Calzature	498	-11,1	1,1	7,6	+
Grafico Veronese	Verona	Grafico	76	1,6	-5,0	1,2	-
Marmo e granito di Valpolicella	Verona	Marmo e granito	498	-1,5	6,8	7,6	+
Mobili in stile di Bovolone	Verona	Mobili in stile	121	-12,8	-4,8	1,9	--
Termomeccanica scaligera	Verona	Termosifoni, caldaie	267	0,9	6,5	4,1	+++
Termomeccanica scaligera	Verona	Fornaci, bruciatori	480	10,8	19,0	7,4	--
Termomeccanica scaligera	Verona	Scalda acqua elettrici	150	1,8	24,6	2,3	-
Vino Veronese	Verona	Vino	521	4,2	4,9	8,0	+++
Ceramica artistica di Bassano del Grappa	Vicenza	Ceramica artistica	43	-21,8	-32,7	0,4	---
Concia di Arzignano	Vicenza	Concia	1.334	-10,2	-7,0	11,5	++
Meccanica strumentale di Vicenza	Vicenza	Macchine utensili	377	-4,4	6,8	3,2	+++
Meccanica strumentale di Vicenza	Vicenza	Macchine per il legno	377	-4,4	6,8	3,2	--
Meccanica strumentale di Vicenza	Vicenza	Macchine per ind. alimentare	641	-0,3	5,7	5,5	+
Meccanica strumentale di Vicenza	Vicenza	Macchine tessile	641	-0,3	5,7	5,5	+
Meccanica strumentale di Vicenza	Vicenza	Macchine concia/pelle	641	-0,3	5,7	5,5	--
Meccanica strumentale di Vicenza	Vicenza	Macchine materie plastiche	641	-0,3	5,7	5,5	-
Mobile d'arte del Bassanese	Vicenza	Mobile d'arte	347	-8,9	-13,1	3,0	--
Oreficeria di Vicenza	Vicenza	Oreficeria	1.256	-11,1	4,8	10,8	+
Tessile-abbigl. di Schio-Thiene-Valdagno	Vicenza	Filati in lana	149	-21,9	-18,7	1,3	+
Tessile-abbigl. di Schio-Thiene-Valdagno	Vicenza	Tessuti in lana	263	-25,5	-28,7	2,3	+
Tessile-abbigl. di Schio-Thiene-Valdagno	Vicenza	Maglieria esterna	123	-20,1	-19,0	1,1	++
Tessile-abbigl. di Schio-Thiene-Valdagno	Vicenza	Abbigliamento	1.005	-1,1	-7,8	8,6	++

**Cruscotto dei distretti (Centro)**

Distretto	Provincia	Specializzazione	Export nominale nel 2005 (milioni di euro)	Var. % nominale export		Rilevanza Distretto <sup>2</sup>	Evoluzione attesa nel 2007-'08 per le export del settore in Italia <sup>3</sup>
				2005	Ott05-Set06 <sup>1</sup>		
Cappe aspiranti ed elettrod. di Fabriano	Ancona	Cappe aspiranti ed elettrod.	1.776	-6,9	2,2	44,6	-
Strumenti music. di Castelfidardo	Ancona	Strumenti musicali	32	-15,9	-15,2	0,8	---
Strumenti music. di Castelfidardo	Macerata	Strumenti musicali	23	-13,3	-13,6	1,5	---
Calzature di Fermo	Macerata	Calzature	583	0,7	15,5	38,6	+
Calzature di Fermo	Ascoli Piceno	Calzature	994	10,3	15,7	44,7	+
Pelletteria del Tolentino	Macerata	Pelletteria	41	12,4	45,3	2,7	+++
Pelletteria del Tolentino	Ascoli Piceno	Pelletteria	66	37,2	55,2	3,0	+++
Oreficeria di Arezzo	Arezzo	Oreficeria	1.279	13,1	-2,6	42,9	+
Abbigliamento di Empoli	Firenze	Maglieria esterna	130	-12,7	-9,1	2,0	++
Abbigliamento di Empoli	Firenze	Abbigliamento in pelle	68	-8,3	6,0	1,1	++
Abbigliamento di Empoli	Firenze	Abbigliamento	657	2,2	7,8	10,1	++
Ceramica di Sesto Fiorentino	Firenze	Ceramica	72	-2,8	-14,9	1,1	---
Polo fiorentino della pelle	Firenze	Concia	133	-4,2	14,0	2,0	++
Polo fiorentino della pelle	Firenze	Pelletteria	778	2,1	17,7	12,0	+++
Polo fiorentino della pelle	Firenze	Calzature	558	1,6	2,4	8,6	+
Calzature di Lucca	Lucca	Calzature	342	-1,3	4,4	12,1	+
Cartario di Capannori	Lucca	Imballaggi in carta	486	-6,2	-1,7	17,2	+++
Cartario di Capannori	Lucca	Carta per uso domestico	486	-6,2	-1,7	17,2	++
Marmo di Carrara	Massa-Carrara	Marmo	268	-2,8	11,5	31,6	+
Jeans valley di Montefeltro	Pesaro e Urbino	Jeans	130	14,4	1,5	7,4	++
Macchine utensili e per il legno di Pesaro	Pesaro e Urbino	Macchine per il legno	294	9,4	13,9	16,6	--
Macchine utensili e per il legno di Pesaro	Pesaro e Urbino	Macchine utensili	294	9,4	13,9	16,6	+++
Cucine di Pesaro	Pesaro e Urbino	Cucine	392	-2,4	2,2	22,2	++
Concia e calz. di Santa Croce sull'Arno	Pisa	Concia	602	11,3	17,8	24,8	++
Concia e calz. di Santa Croce sull'Arno	Pisa	Calzature	226	-9,3	10,2	9,3	+
Calzature di Lamporecchio	Pistoia	Calzature	112	-24,1	-9,7	10,4	+
Mobile imbottito di Quarrata	Pistoia	Mobili imbottiti	225	-1,0	2,6	20,8	+
Tessile di Prato	Prato	Filati in lana	178	17,6	9,6	8,0	+
Tessile di Prato	Prato	Tessuti in lana	1.153	-9,4	-9,4	51,6	+
Tessile di Prato	Prato	Maglieria esterna	104	-10,7	-11,4	4,7	++
Tessile di Prato	Prato	Abbigliamento	175	7,9	5,7	7,8	++
Mobili di Poggibonsi-Sinalunga	Siena	Cucine	40	2,6	0,1	3,2	++
Ceramica di Civita Castellana	Viterbo	Ceramica	119	-7,1	-9,6	41,4	---

**Cruscotto dei distretti (Sud)**

Distretto	Provincia	Specializzazione	Export nominale nel 2005 (milioni di euro)	Var. % nominale export		Rilevanza Distretto <sup>2</sup>	Evoluzione attesa nel 2007-'08 per le export del settore in Italia <sup>3</sup>
				2005	Ott05-Set06 <sup>1</sup>		
Concia di Solofra	Avellino	Concia	169	-19,9	-12,7	16,9	++
Abbigliamento del barese	Bari	Abbigliamento	89	-1,8	5,0	3,4	++
Abbigliamento del barese	Bari	Biancheria intima	89	-1,8	5,0	3,4	+
Scarpe del Nord Barese	Bari	Calzature	197	-15,8	-5,2	7,5	+
Scarpe del Nord Barese	Bari	Calzature sportive	197	-15,8	-5,2	7,5	-
Mobile imbottito della Murgia	Bari	Mobili imbottiti	735	-18,1	-14,1	28,1	+
Mobile imbottito della Murgia	Matera	Mobili imbottiti	214	-23,9	-27,8	61,0	+
Calzature Napoletane	Caserta	Calzature	33	5,6	18,5	4,3	+
Calzature Napoletane	Napoli	Calzature	142	7,7	-2,5	3,4	+
Abbigliamento del Napoletano	Napoli	Abbigliamento	261	12,8	4,2	6,3	++
Pasta di Fara San Martino	Chieti	Pasta	96	1,0	-2,6	2,6	+
Abbigliamento Sud Abruzzese	Chieti	Abbigliamento	191	-7,4	18,8	5,2	++
Abbigliamento Sud Abruzzese	Pescara	Abbigliamento	112	-5,5	8,6	30,9	++
Abbigliamento Nord Abruzzese	Teramo	Abbigliamento	139	17,3	-34,5	13,1	++
Mobilio abruzzese	Teramo	Mobili per ufficio	90	9,5	13,8	8,4	-
Mobilio abruzzese	Pescara	Mobili per ufficio	12	-23,3	-31,0	3,2	-
Scarpe di Casarano	Lecce	Calzature	179	-24,4	-3,8	31,1	+
Conserve di Nocera Inferiore	Salerno	Conserve	643	-8,0	-0,6	48,1	+
Pecorino di Thiesi	Sassari	Pecorino	63	-1,8	-9,0	14,7	+++
Sughero di Calangianus	Sassari	Sughero	25	14,5	-1,0	5,9	-

<sup>1</sup> Variazione percentuale registrata dall'export nel periodo ottobre 2005 - settembre 2006 rispetto al periodo ottobre 2004 - settembre 2005.

<sup>2</sup> La rilevanza dei distretti è qui definita come il rapporto percentuale tra le esportazioni provinciali di una determinata produzione e l'export provinciale di manufatti. Questo indicatore, calcolato per il 2005, rappresenta una misura sintetica dell'importanza ricoperta, all'interno di una provincia, dalle esportazioni di una determinata produzione distrettuale. Esso, pertanto, non tiene conto della rilevanza complessiva di un distretto in quanto non considera il fatturato realizzato sul territorio italiano (che non è disponibile a livello provinciale).

<sup>3</sup> Queste valutazioni riguardano le prospettive di crescita dei settori manifatturieri in cui sono specializzati i distretti e, pertanto, non esprimono direttamente un giudizio circa l'evoluzione prevista (a prezzi costanti e non a prezzi correnti) per un determinato distretto, che di fatto può conseguire risultati migliori o peggiori di quelli medi previsti per il settore in cui è specializzato. Si veda anche l'Appendice Metodologica.

## **Le pubblicazioni sui Distretti del Servizio Studi**

### **Studi sui distretti industriali**

#### *Monografie sui principali distretti industriali italiani*

- Il distretto del mobile della Brianza, *Marzo 2003*
- Il distretto del mobile del Livenza e Quartiere del Piave, *Agosto 2003*
- Il distretto della calzatura sportiva di Montebelluna, *Agosto 2003*
- Il distretto del tessile–abbigliamento di Schio-Thiene-Valdagno, *Settembre 2003*
- Il distretto delle piastrelle di Sassuolo, *Dicembre 2003*
- Il distretto della calzetteria di Castel Goffredo, *Gennaio 2004*
- Il distretto dei metalli di Lumezzane, *Febbraio 2004*
- Il distretto del tessile–abbigliamento di Prato, *Marzo 2004*
- Il distretto del mobile di Pesaro, *Giugno 2004*
- Il distretto dell'occhialeria di Belluno, *Settembre 2004*
- Il distretto della concia di Arzignano, *Settembre 2004*
- Il distretto delle calzature di Fermo, *Febbraio 2005*
- Il distretto tessile di Biella, *Marzo 2005*
- Il distretto della sedia di Manzano, *Maggio 2005*
- Il distretto serico di Como, *Agosto 2005*
- Il distretto della calzetteria di Castel Goffredo (aggiornamento), *Novembre 2005*
- Il distretto dei prodotti in pelle e cuoio di Santa Croce sull'Arno, *Dicembre 2005*
- Il distretto della concia di Arzignano (aggiornamento), *Aprile 2006*
- Il distretto del mobile imbottito della Murgia, *Giugno 2006*

### **Monitor dei distretti**

#### *Trimestrale di congiuntura e previsioni sui principali distretti industriali italiani*

- Ultimo numero: Gennaio 2007

La presente pubblicazione è stata redatta da Intesa Sanpaolo. Le informazioni qui contenute sono state ricavate da fonti ritenute da Intesa Sanpaolo affidabili, ma non sono necessariamente complete, e l'accuratezza delle stesse non può essere in alcun modo garantita. La presente pubblicazione viene a Voi fornita per meri fini di informazione ed illustrazione, ed a titolo meramente indicativo, non costituendo pertanto la stessa in alcun modo una proposta di conclusione di contratto o una sollecitazione all'acquisto o alla vendita di qualsiasi strumento finanziario. Il documento può essere riprodotto in tutto o in parte solo citando il nome Intesa Sanpaolo.