

L'ECONOMISTA FRANCO MOSCONI

# «L'export del tessile paga la miscela di pochi marchi forti con filiera debole»

«Il distretto di Carpi ha tendenze altalenanti ma i risultati sono straordinari se si pensa alla concorrenza dei cinesi»

Serena Arbizzi

«L'export di Carpi è ancora un po' troppo ballerino, pur essendo presente in percentuali significative nel distretto. Qui scontiamo ancora un mix di imprese che ce l'hanno fatta e una filiera debole». Parola del professor Franco Mosconi, docente di Economia Industriale all'Università di Parma, relatore, ieri pomeriggio all'auditorium Loria di Carpi, del convegno dal titolo "L'industria della moda, fra sostenibilità e industria 4.0", organizzata dalla scuola di management Nuova Didactica, che fa capo a Confindustria, For Modena e Fondazione Istituto tecnico superiore tecnologie industrie creative. Proposito del seminario quello di gettare luce su una forma tradizionale di organizzazione della struttura produttiva, ovvero il distretto, interessato da profondi cambiamenti.

Mosconi ha messo in evidenza come si traduce la parola resilienza nel contesto carpigiano, partendo da un'analisi del contesto. Se, infatti, ad inizio Novecento il triangolo industriale era composto da Piemonte-Lombardia e Liguria, ora questo è formato da Lombardia-Emilia Romagna e Veneto. «Le tre regioni sono caratterizzate da un'esportazio-

ne straordinaria - ha spiegato il professore - il grado di apertura dell'economia, dato dal rapporto tra esportazioni e Pil, per l'Emilia Romagna è del 37,6%. La nostra regione, poi, ha il record italiano di export pro capite. Significa che se dividiamo l'export per abitante in Emilia Romagna otteniamo 15mila euro a testa, neonati compresi».

C'è anche una nota assai dolente, però. L'Italia è 18esima in Europa per investimenti in Ricerca & Sviluppo, pur essendo la seconda industria manifatturiera in Europa. E, al tempo stesso, Carpi è presente in tutti i cluster segnalati da fonti autorevoli. Quali gli studi elaborati dal capostipite degli economisti Porter, l'Istat, il Sole 24 Ore, ma anche Intesa San Paolo e Mediobanca. Le sfide del futuro, quindi, impongono attenzione su alcune fasi fondamentali. Da un lato si creano grandi impegni strutturali con imprese capaci di affermare un brand e imprese dove aumenta l'importanza delle fasi a monte, come Ricerca & Sviluppo, design e progettazione, e a valle, ossia il marketing, la comunicazione e l'assistenza post-vendita. Tutto ciò si traduce in più capitale umano dentro l'impresa.

«Al tempo stesso ci sono problemi aperti, a cominciare dalla diminuzione delle imprese

e del numero degli occupati - aggiunge Mosconi - Sempre più imprese crescono per via esterna, tramite acquisizioni, ad esempio». Il riferimento è a Cadica, Tessilgraf e Bernini, aziende carpigiane che commercializzano etichette e il cui controllo è stato acquistato lo scorso anno dal Fondo americano Hig Capital.

Riguardo all'export carpigiano, poi, Mosconi cita il trend degli ultimi anni. Una tendenza altalenante: «Secondo i dati di Intesa San Paolo, nel 2016 era pari a 598 milioni, nel 2017 è calato a 500, per scendere ulteriormente nel 2018 a 440. Poi a inizio 2019 ha ripreso ad aumentare. Rispetto a quei distretti dopo l'élite di poche imprese forti si è stabilizzata e qui si sconta un mix di imprese forti e una filiera debole. Pertanto siamo ancora troppo in balia degli eventi internazionali». In Italia il tessile abbigliamento ammonta al 9,1% del valore aggiunto (che arriva al terzo posto dopo meccanica e alimentare). In Emilia Romagna, nel 2006, con oltre due miliardi pesava per il 7,6% del valore aggiunto manifatturiero in regione. Dieci anni dopo il valore è aggiunto è diminuito a 1,73 miliardi, pari al 5,2% del valore aggiunto. «Un risultato straordinario, nonostante tutto quanto è intervenuto negli ul-

timi anni - conclude Mosconi - Pensiamo, ad esempio, alla concorrenza cinese».

Al convegno hanno partecipato anche Rita Gamberini e Monia Montorsi, dell'Università di Modena e Reggio, Antonio Bonavoglia, manager di Liu Jo, e Martina Caselli, chief operation officer di Cadica group. —

**ECONOMIA**

**BPER:**

**«L'export del tessile paga la miscela di pochi marchi forti con filiera debole»**

Il tessile si è stabilizzato e qui si sconta un mix di imprese forti e una filiera debole. Pertanto siamo ancora troppo in balia degli eventi internazionali.

Indicatore	Valore
Indice di fiducia dei consumatori	3,2%
Indice di fiducia delle imprese	1,1%
Indice di fiducia del consumatore	37,6%

## I NUMERI

# 5,2%

È la percentuale di valore aggiunto, in netto calo dal 2006.

# 440

Export in milioni del distretto di Carpi, in calo dal 2016 (era 598 milioni) e dal 2017 (era 500).

# 37,6%

È il significativo rapporto fra esportazioni e Prodotto interno lordo in Emilia Romagna.



Il prof. Franco Mosconi



Una sfilata: il distretto tessile carpigiano presenta contraddizioni