

ITALIA INTERNAZIONALE



sei Regioni per
cinque **CONTINENTI**



Istituto Nazionale per il Commercio Estero



Ministero delle Attività Produttive



UNIONE EUROPEA

AZIONI DI SCOUTING

Scheda di sintesi

Settore	Tessile-abbigliamento
Focus	<i>Abbigliamento uomo- donna-bambino</i>
Regione	<i>Puglia</i>

Redatto da
MAP - Presidio Puglia di assistenza tecnica per
l'Internazionalizzazione
(a cura di Theresa Mulloy)

Gennaio 2004

1. Caratteristiche del comparto “abbigliamento esterno” in Puglia	3
1.1. La struttura della produzione nel Distretto del Conca Nord Barese	6
1.1.1. Scelte organizzative e posizionamento di mercato	7
1.1.2. Sistema di offerta	8
1.1.3. Aziende leader e/o raggruppamenti d’impresa	8
1.2. La struttura della produzione nel Distretto dei Trulli	9
1.2.1. Scelte organizzative e posizionamento di mercato	10
1.2.2. Sistema di offerta	11
1.2.3. Aziende leader e/o raggruppamenti d’impresa	11
1.3. La struttura della produzione nel Distretto di Nardò-Gallipoli	13
1.3.1. Scelte organizzative e posizionamento di mercato	14
1.3.2. Sistema di offerta	15
1.3.3. Aziende leader e/o raggruppamenti d’impresa	15
2. Condizioni di sviluppo locale	17
2.1. Sistema di infrastrutture	17
2.1.1. Rete stradale	17
2.1.2. Rete ferroviaria	17
2.1.3. Sistema portuale	17
2.1.4. Aeroporti	18
2.2. Presenza di centri di eccellenza	18
2.3. Presenza di iniziative significative a sostegno dello sviluppo nel settore tessile-abbigliamento	19
3. Propensione all’internazionalizzazione	20
3.1. Andamento degli scambi commerciali	20
3.1.1. Identificazione dei Paesi esteri “partner” privilegiati	21
3.2. Andamento dei flussi IDE	24
3.3. I potenziali vettori di sviluppo internazionale	25
3.4. Analisi SWOT in relazione alle potenzialità di sviluppo internazionale del comparto	27

1. Caratteristiche del comparto “abbigliamento esterno” in Puglia

Nel suo complesso, il settore del tessile-abbigliamento costituisce una realtà di rilievo nell'economia della Puglia, specie per via dell'ampiezza del relativo tessuto produttivo che evidenzia circa **7.000 unità locali attive**¹ sul territorio regionale. Nello scenario nazionale del settore moda, la Puglia si colloca come quinta regione italiana per numero di imprese attive nel comparto tessile-abbigliamento, mentre tra le regioni meridionali conquista la leadership, al pari della Campania.

Dall'analisi della composizione del settore, emerge che la maggior parte delle imprese pugliesi è specializzata nella confezione di capi di abbigliamento o articoli di maglieria, e/o nell'offerta dei relativi servizi produttivi (taglio, cucitura, confezione, stiro, ecc.), mentre **il peso della filiera “a monte” appare molto limitato: solo il 2% delle imprese locali del comparto si occupa di filatura e tessitura.**

In questo contesto, l'attuale sistema di produzione di abbigliamento esterno uomo/donna/bambino in Puglia, presenta una struttura articolata e ampiamente diffusa sul territorio regionale, basata su un sistema imprenditoriale prevalentemente a capitale locale.

Attualmente in Puglia, **delle quasi 7.000 imprese attive nel settore tessile-abbigliamento, il 69% si dedica alla confezione di articoli di vestiario uomo/donna/bambino.**

Tabella 1

Distribuzione delle unità produttive locali specializzate nel settore tessile-abbigliamento in Puglia, per provincia, 2003

Provincia	No. unità per comparto		Totale unità settore tessile-abbigliamento
	Industrie tessili (compresa la fabbricazione di articoli in maglieria)	Confezione articoli di vestiario	
Bari	1.164	2.852	4.016
Brindisi	72	260	332
Foggia	116	308	424
Lecce	718	959	1.677
Taranto	69	419	488
Totale Puglia	2.139	4.798	6.937

Fonte: elaborazioni su dati Infoimprese

Le dinamiche di sviluppo del comparto dell'abbigliamento esterno in Puglia si fondano su diversi fenomeni che hanno dato luogo alla creazione di numerosi poli di specializzazione, alquanto differenziati sul territorio.

¹ Fonte: elaborazioni su dati Infoimprese, 2003.

- Nell'area del **nord barese**, l'evoluzione del settore appare relativamente recente ed imperniata principalmente su processi di auto-imprenditorialità, stimolati dalle crescenti opportunità di subfornitura in relazione alle esigenze di esternalizzazione della produzione da parte delle imprese di altre zone d'Italia e dall'estero.

Una vicenda molto importante nella storia dello sviluppo dell'attività di questa zona è quella della Hettermarks², azienda svedese specializzata nella produzione di abbigliamento esterno da donna, insediatasi a Bari nel 1963, il cui know-how tecnico si è riversato in numerose delle iniziative imprenditoriali nate dopo la crisi e la definitiva chiusura dei suoi stabilimenti nel 1977.

Da allora, oltre a proseguire l'esperienza della confezione di **abbigliamento esterno**, specie nei comuni di *Bitonto* e *Bisceglie*, si sono diffuse altre specializzazioni più marcate nel comparto dell'**intimo**, prevalentemente nei comuni di *Andria*, *Bisceglie*, *Canosa di Puglia* e *Corato*, e nella produzione di **maglieria**, soprattutto a *Barletta*.

- Nella zona del **sud barese**, il polo produttivo di *Putignano* e dei comuni limitrofi si distingue per la produzione di **abiti da sposa** e di **abbigliamento da bambino**, affondando le sue radici nella storia dell'azienda Contegiacomo³ che, dall'inizio del 1900 al 1985 quando ha chiuso definitivamente le sue operazioni, avrebbe contribuito a diffondere sul territorio la cultura dell'organizzazione industriale nella produzione di abbigliamento esterno, creando nel tempo un rilevante "effetto incubatore" per le altre aziende che sono successivamente nate nell'area.
- A ridosso del polo manifatturiero di Putignano, c'è quello di *Martina Franca*, in provincia di Taranto, che è specializzato nella produzione di vestiario esterno, con particolare riferimento ai **capi spalla** (*cappotti, giacche e giacconi*) ed agli abiti da uomo/donna, anche di produzione sartoriale. In questo caso, le radici sono diverse e ben più lontane in quanto l'abbondante disponibilità di lana grezza già nel quattordicesimo secolo, ha reso la zona un importante centro di commercio di materie prime e quindi di filatura e tessitura a livello artigianale, fino ad arrivare, in tempi più recenti, alla diffusione della capacità di confezione di capi spalla.
- Nella zona leccese invece, sebbene la presenza di alcune lavorazioni artigianali, con particolare riferimento alla realizzazione di maglieria e di ricami a mano, fosse già evidente da diversi decenni, la fase propulsiva dello sviluppo produttivo nel settore tessile-abbigliamento appare piuttosto recente e coinciderebbe soprattutto con gli anni Settanta.

In questo periodo, infatti, alla vocazione tradizionale locale, si è aggiunto il processo di decentramento delle fasi produttive da parte delle aziende del Centro-nord che ha stimolato l'avviamento di rapporti di subfornitura con le unità produttive locali in grado di garantire i volumi produttivi ed i vantaggi di costo attesi. Oltre ai rapporti di subfornitura, si sono velocemente diffusi inoltre nel Salento i succursali di molte aziende settentrionali sia nei comparti della

² G. Viesti "L'abbigliamento nella Puglia Centrale", tratto da G. Viesti, "Mezzogiorno dei Distretti", Ed Donzelli, Roma, 2000.

³ G. Viesti, op. cit.

maglieria e dell'abbigliamento esterno, sia in quello della **calzetteria** e della **cravatteria**.

Le concentrazioni più significative di imprese specializzate nella produzione di **abbigliamento esterno uomo/donna/bambino** si possono utilmente identificare con i distretti industriali, individuati dalla Regione Puglia in base ad uno studio commissionato all'IPRES⁴, e distinti per la relativa specializzazione nel settore tessile-abbigliamento:

- i. il distretto del **Conca Nord Barese**;
- ii. il distretto dei **Trulli**;
- iii. il distretto industriale di **Nardò-Gallipoli**.

Tabella 2

Quadro sinottico delle principali caratteristiche dei Distretti Industriali in Puglia specializzati nella produzione di abbigliamento

Nome del Distretto	Dati Demografici (1)				Dati e Indicatori relativi alle specializzazioni produttive ed alla vocazione imprenditoriale dei distretti (2)			
	Province interessate	Kmq	Popolazione	Densità abitativa per kmq	Specializzazione produttiva	No. unità produttive specializzate	Indice di consistenza della specializzazione distrettuale (3)	Indice di vocazione imprenditoriale (media Italia = 100) (4)
Conca Nord Barese	Bari	801,2	285.943	356,9	Produzione di tessile casa Confezione di abbigliamento intimo e sportivo	950	24%	79
Dei Trulli	Bari, Taranto	720,6	137.126	190,3	Produzione di abiti da sposa Confezione di abbigliamento bambino/uomo/donna	647	18%	148
Nardò-Gallipoli	Lecce	569,4	146.178	256,7	Produzione di calzetteria Confezione di abbigliamento esterno uomo/donna	550	23%	106
Totale Puglia		19.365,58	4.086.608	205,7				79

(1) Elaborazioni su dati Istat, 14° Censimento della popolazione, 2001

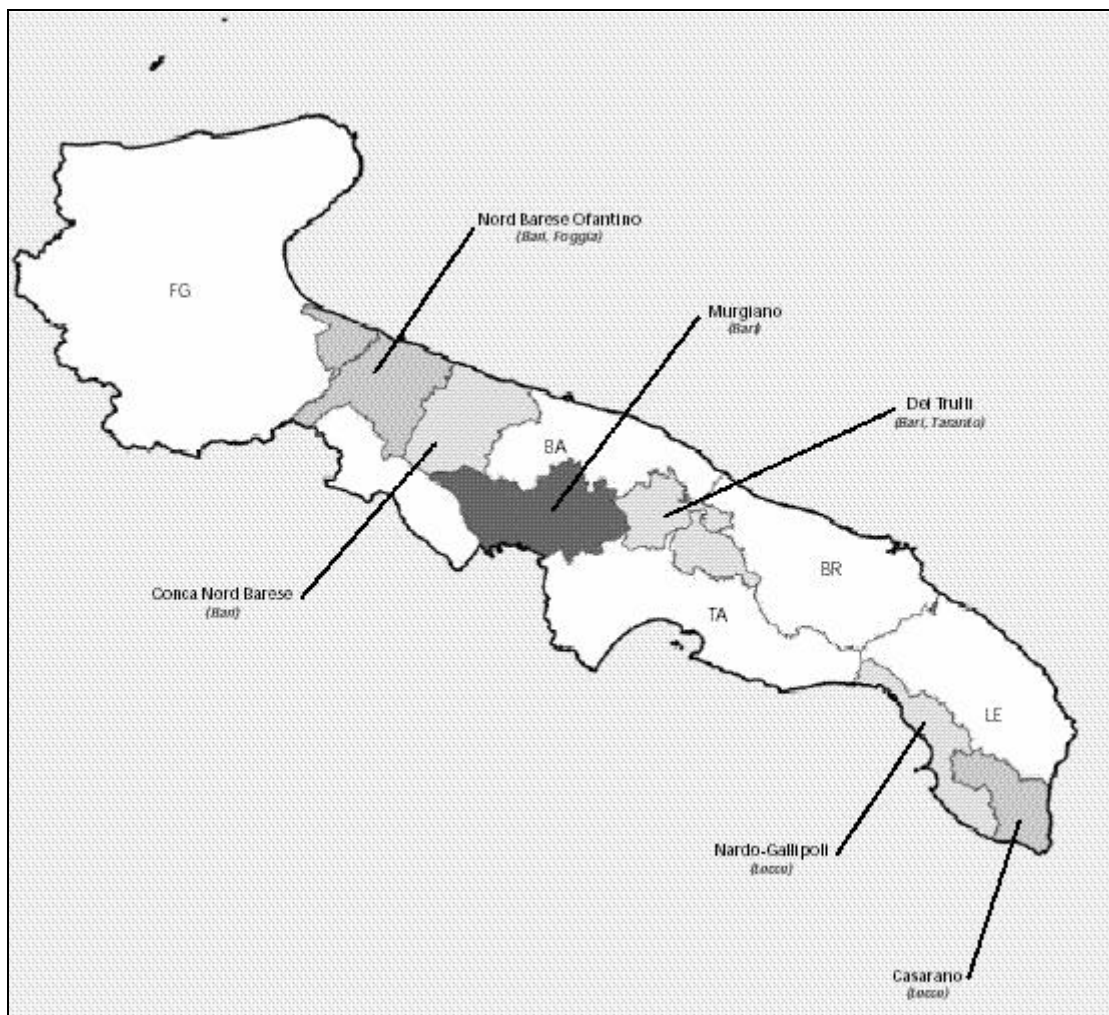
(2) Elaborazioni su dati Infoimprese, 2002

(3) L'indice indica il rapporto tra il totale delle unità locali specializzate presenti sul territorio e le unità attive nel settore industria

(4) L'indice sintetico evidenzia il rapporto tra il totale delle unità locali presenti sul territorio, attive nel settore industria, e la popolazione residente, in relazione alla media italiana.

⁴ IPRES 1999, *Distretti industriali e sistemi produttivi locali*.

Mapa dei distretti industriali in Puglia



- Specializzazioni produttive: mobili ed arredo casa
- Specializzazioni produttive: pelletteria, calzature
- Specializzazioni produttive: tessile-abbigliamento

Fonte: IPI 2002, *L'esperienza italiana dei Distretti Industriali*, indagine promossa dal Ministero delle Attività Produttive e dall'IPI, i cui risultati sono stati pubblicati nel maggio 2002.

1.1. La struttura della produzione nel Distretto del Conca Nord Barese

I Comuni di Bitonto e Bisceglie, a ridosso della città capoluogo di Provincia, costituiscono oggi il polo centrale del distretto del Conca Nord Barese che si estende verso Nord fino a Corato e si distingue per la specializzazione produttiva nel settore tessile-abbigliamento, con complessivamente 950 unità produttive specializzate localizzate (pari ad un'incidenza del 13,6% sul totale delle unità specializzate attive in Puglia).

Sebbene la produzione di capi di abbigliamento (esclusa la maglieria) costituisca l'attività primaria del distretto (l'80% delle unità specializzate), si rileva una presenza importante di aziende classificate quali industrie tessili (il 20% delle unità specializzate), nate spesso per fornire prodotti e/o servizi alle aziende di confezioni (come dimostra la presenza di numerosi ricamifici).

Tabella 3

Distribuzione delle unità produttive specializzate nel settore tessile-abbigliamento per tipologia di prodotto e per Comune nel Distretto del Conca Nord Barese, 2002

Comune	No. unità per specializzazione produttiva (settore abbigliamento)				No. unità per specializzazione produttiva (settore tessile)					Totale unità settore tessile- abbigliamento
	Abb.to in genere (compreso l'intimo)	Vestiario esterno	Accessori	Totale	Maglieria esterna	Ricami	Biancheria casa	Altri prodotti tessili	Totale	
Bisceglie	145	106	2	253	15	37	28	6	86	339
Bitonto	114	142	7	263	4	19	10	8	41	304
Corato	42	41	6	89	3	2	4	21	30	119
Giovinazzo	11	5	0	16	0	0	1	1	2	18
Molfetta	30	16	0	46	6	1	3	7	17	63
Ruvo di Puglia	33	36	0	69	3	6	1	2	12	81
Terlizzi	10	10	0	20	1	1	0	4	6	26
Totale Distretto	385	356	15	756	32	66	47	49	194	950

Fonte: elaborazioni su dati Infoimprese

In questo contesto territoriale, il settore tessile-abbigliamento è caratterizzato per lo più da imprese terziste di piccole dimensioni, frequentemente a carattere familiare, che basano la propria competitività sulle politiche di prezzo. A queste realtà, si affianca un numero abbastanza ristretto di imprese più strutturate che adoperano politiche di marchio proprio e sviluppano strategie competitive basate maggiormente su elementi di immagine e di qualità della gamma di offerta.

Tra le imprese attive nella produzione di vestiario esterno, si rilevano comunque delle specializzazioni produttive consolidate: nel comune di Bitonto sono numerosi i laboratori che confezionano **capi d'abbigliamento per bambini**, per lo più di tipo economico (tutine, pigiameria), mentre in tutto il territorio è presente una certa vocazione per la produzione di **abbigliamento sportivo (felpe, tute, abbigliamento "fitness")**.

1.1.1. Scelte organizzative e posizionamento di mercato

In termini organizzativi e di posizionamento sul mercato, sebbene la maggior parte delle imprese attive in questo comparto produttivo è di **piccole-medie dimensioni** e tipicamente opera servizi produttivi per conto terzi, in realtà, l'area è caratterizzata dalla presenza di più tipologie di impresa che possono essere ricondotte a:

i. Imprese conto terzi

Spesso sono imprese terziste plurifase in grado di offrire più tipi di servizi produttivi, dalla consulenza nel design e nello sviluppo tecnico delle collezioni di abbigliamento intimo ai servizi di taglio, cucitura e confezione, stiro ed imbustamento dei capi. Talvolta queste imprese esternalizzano a loro volta parte delle lavorazioni commissionate dai rispettivi clienti. Sono aziende collegate sia ad imprese del medesimo territorio, sia ad imprese dislocate fuori della regione.

In questa categoria rientrano i laboratori di piccole e medie dimensioni, subfornitori di committenti sia locali sia extralocali, caratterizzati da alta informalità, scarse capacità commerciali e concorrenza esasperata sui prezzi.

In termini generali queste imprese operano nelle **fasce medie e basse del mercato**, in termini sia di prezzo sia di qualità, benché siano in grado di rispettare gli standard produttivi più elevati, imposti dai committenti e dalle Società distributive che presidiano i rapporti con il mercato finale.

ii. Imprese in conto proprio

Posizionate su un **prodotto di fascia media/medio-bassa**, alcune aziende stanno operando un tentativo di riposizionamento produttivo verso fasce di mercato più elevate e meno sottoposte a pressioni di prezzo, attraverso l'introduzione di politiche di marca propria.

Tale scelta comporta il presidio diretto del mercato da parte delle aziende ed, in alcuni casi ha portato alla riorganizzazione dell'area commerciale nonché del processo produttivo delle imprese interessate al fine di garantire il necessario controllo delle fasi di lavorazione che incidono sulla qualità del prodotto.

Nello stesso tempo, trattandosi di politiche di marca tuttora in fase di affermazione, ed in assenza di cospicui investimenti di pubblicità, la fascia di mercato occupata tende a rimanere quella media.

iii. Imprese miste (in parte conto terzi, in parte conto proprio)

Appare in crescita, il numero di imprese che affiancano alla produzione per conto terzi un'attività di produzione conto proprio, che prevede la creazione di marchi propri.

1.1.2. Sistema di offerta

Complessivamente, il sistema di offerta delle imprese attive nel comparto della produzione di abbigliamento esterno in questa zona si concentra sulle seguenti due tipologie di prodotto:

- **confezione di abbigliamento bambino e neonati** che comprende prevalentemente la produzione di capi di tipo casual e di fascia economica (tutine, t-shirt, felpe);
- **produzione di abbigliamento sportivo uomo-donna** che riguarda invece la produzione di capi articoli di abbigliamento esterno di tipo "casual" per il fitness ed il tempo libero (tute, t-shirt, felpe).

1.1.3. Aziende leader e/o raggruppamenti d'impresa

Si segnala infine, alcune delle aziende più consolidate in questo comparto che presentano una qualificata gamma di offerta con marchi propri.

Azienda	Sede	Sito Internet	Specializzazione produttiva	Marchi aziendali
Prima Pimar S.r.l.	S.S. 98, km. 75 70032 Bitonto (BA) Tel 080-3747073 Fax 080-3713062	www.primapimar.com	Abbigliamento bambino/neonato	<i>Minitondo</i> <i>I Fragolini</i> <i>Simpatico</i> <i>Mr. Sporty Code</i>

				<i>Miss Shiny Girl</i>
Marbel S.r.l.	Via Quorchio, 14 70032 Bitonto (BA) Tel. 080-3748040		Abbigliamento sportivo bambino	
Atierre S.r.l.	Via S. Magno Z.I. 70033 Corato (BA) Tel 080-8982635 Fax 080-3591609	www.exelsport.it	Abbigliamento sportivo donna	<i>InExel</i>
Liconf s.r.l.	Via Bruxelles, 18 (Zona Artig. Sud) 70052 Bisceglie (BA) - Tel. 080.3958221 Fax 080.3958224	www.oxigym.it	Abbigliamento sportivo uomo/donna/bambino	<i>Oxigym</i>

1.2. La struttura della produzione nel Distretto dei Trulli

Il distretto dei Trulli si estende dalla zona altamente industrializzata del comprensorio di Putignano, fino alle distese agricole della Valle d'Itria e si caratterizza per la prevalente specializzazione produttiva nel settore tessile-abbigliamento.

La struttura produttiva del distretto evidenzia la presenza di due importanti poli produttivi, ovvero Putignano in provincia di Bari e Martina Franca in provincia di Taranto, attorno alle cui vocazioni imprenditoriali tendono ad aggregarsi le attività manifatturiere dei comuni limitrofi.

Nonostante il distretto presenti una realtà produttiva poco omogenea che ha dato luogo allo sviluppo di un "sistema di sistemi", ovvero alla diffusione di micro-specializzazioni nell'ambito della vocazione alla produzione tessile-abbigliamento, i due poli si distinguono per le rispettive identità produttive che appaiono ben differenziate, sia in riferimento all'evoluzione della produzione e della successiva organizzazione industriale sia e soprattutto in relazione alle specializzazioni di prodotto perseguite.

Da un'analisi più articolata delle specializzazioni di prodotto sviluppate dalle aziende del distretto, oltre alla diffusa presenza di una variegata produzione tessile che comprende anche la lavorazione di articoli di maglieria, si rileva la presenza di almeno tre micro-specializzazioni distintive, ascrivibili ai due poli leader:

- il polo produttivo di Putignano si distingue per la produzione di **abiti da sposa e di abbigliamento da bambino di fascia medio-alta;**
- il polo manifatturiero di Martina Franca è specializzato nella produzione di vestiario esterno, con particolare riferimento ai **capi spalla** (cappotti, giacche e giacconi) ed agli **abiti, anche di tipo sartoriale.**

Tabella 4

Distribuzione delle unità produttive specializzate nel settore tessile-abbigliamento per tipologia di prodotto e per Comune nel Distretto dei Trulli, 2002

Comune	No. unità per specializzazione produttiva (settore Abbigliamento)									Totale unità Industrie tessili	Totale unità tessile- abbigliamento
	Abb.to in genere	Vestiaro esterno	Sartoria	Abiti da sposa	Abb.to bambino	Taglio	Stireria	Accessori	Totale		
Alberobello	14	4	1	0	2	1	-	1	23	15	38
Castellana Grotte	21	8	4	9	6	-	-	4	52	8	60
Locorotondo	21	3	9	1	-	1	-	1	36	3	39
Noci	24	1	12	1	3	1	-	-	42	5	47
Putignano	54	10	14	25	30	29	5	6	173	28	201
Martina Franca	128	60	42	1	1	1	-	12	245	17	262
Totale Distretto	262	86	82	37	42	33	5	24	571	76	647

Fonte: elaborazioni su dati Infoimprese

1.2.1. Scelte organizzative e posizionamento di mercato

A differenza del Conca Nord Barese, il distretto dei Trulli appare caratterizzato da una netta prevalenza di imprese che producono in conto proprio rispetto ai subfornitori, i quali, per la maggior parte, vengono classificati come marginali, ovvero svolgono al loro interno poche fasi del processo produttivo, per lo più costituite dal taglio e dalla cucitura dei capi.

Si evidenzia, inoltre, che le aziende subfornitrici spesso operano esclusivamente per committenti all'interno dello stesso distretto e questa dinamica ha mostrato l'insorgere di effetti diversificati, correlati al rafforzamento della specializzazione produttiva in cui si vanno a collocare le imprese.

Le aziende che sono specializzate nella produzione di **abbigliamento esterno per bambino** presentano due caratteristiche importanti:

1. in primo luogo, tendono a produrre l'intera linea di capi ("total look"), dal pantalone al capo spalla, al jeans;
2. in secondo luogo, i capi di abbigliamento per bambino presentano una serie di elementi peculiari, la cui realizzazione richiede l'intervento necessario di un saper fare di tipo artigianale.

Queste due caratteristiche depongono a favore di un processo produttivo ad *alta intensità di lavoro*, che difficilmente si presta ad essere articolato ed organizzato in serie, guadagnando economie di scala. Per questi **motivi i prodotti si collocano generalmente nella fascia medio-alta del mercato** e le aziende più strutturate si presentano con marchi propri e/o producono su contratto o su licenza per le griffe nazionali ed estere (*Versace, Laura Biagiotti, Roberto Cavalli*).

Per converso, nelle imprese che producono **abbigliamento esterno per uomo/donna** si riscontra una maggiore specializzazione produttiva su poche tipologie di capi, prodotti però su scala più ampia, con conseguente riduzione dei costi unitari. In questo modo, le imprese locali tendono a **collocare la propria offerta sia nella fascia media del mercato che in quella e medio-alta**, supportata generalmente da politiche di marca propria, seppure alcune aziende intrattengono rapporti di collaborazione produttiva anche con importanti Società distributive nazionali ed estere (*Max Mara*).

Infine, le imprese locali specializzate nella **produzione di abiti da sposa** realizzano un'attività basata su un "saper fare" prevalentemente di tipo artigianale che difficilmente si presta ad un'organizzazione del lavoro per fasi nettamente distinte e quindi di tipo industriale. Infatti, la produzione locale tende ad essere su scala limitata, anche in quanto i relativi flussi di domanda risultano essere particolarmente variabili. Le imprese attive nel distretto puntano pertanto a collocare la propria offerta nelle **fasce medio-alte ed alte del mercato** ed a distribuire i capi realizzati con marchio proprio oppure con il marchio del rivenditore finale.

1.2.2. Sistema di offerta

Complessivamente, la gamma di offerta presente nel distretto rappresenta un ampio spettro di articoli che si possono distinguere prevalentemente nelle tre categorie di specializzazione:

- **abbigliamento bambino**, caratterizzato prevalentemente da collezioni coordinate di abbigliamento esterno (pantaloni, gonne, camice, capi spalla), sia di tendenza che di linea classica, oltre che da alcuni prodotti specifici (berretti, tute per neonati) che si collocano nella fascia medio-alta del mercato;
- **abbigliamento uomo-donna** che comprende soprattutto capi spalla (cappotti, giacche, giacconi) ma si estende anche ad abiti e capi coordinati (camice, gonne, pantaloni) da collocarsi prevalentemente nella fascia media del mercato, nonché in quella medio-alta per le manifatture di tipo sartoriale;
- **abbigliamento da sposa** che consiste in abiti da sposa e da cerimonia di fascia medio-alta ed alta, a seconda delle lavorazioni artigianali richieste e dei materiali impiegati.

1.2.3. Aziende leader e/o raggruppamenti d'impresa

Nel distretto dei Trulli, come si è già accennato, vi sono numerose aziende che operano per conto proprio e con marchi commerciali più o meno noti. Si indicano pertanto di seguito soltanto alcune delle realtà più consolidate sul territorio, per ciascuna delle specializzazioni evidenziate.

Azienda	Sede	Sito Internet	Specializzazione produttiva	Marchi aziendali
Varci S.r.l.	Via Mammolo, Z.I. 70017 Putignano (BA) Tel. 080-493.19.61 Fax 080-405.43.67	www.varci.it	Abbigliamento bambino	<i>Varci</i>
Mafrat S.p.A.	Via Bengasi 19 70017 Putignano (BA) Tel 080-491.13.22 Fax 080-405.19.82	www.mafrat.it	Abbigliamento bambino	<i>Mafrat Trend Le Bonbon de Mafrat No Word Bebebò</i>
Gimel S.r.l.	S.S. 377, Z.I. 70017 Putignano (BA) Tel. 080-493.41.05 Fax 080-491.2202	www.gimel.it	Abbigliamento bambino	<i>Gimel Kids Fefè Carlotta Shot Serena</i>
Nocese Manifatture S.r.l.	7 Ctr. Le Lamie Noci (BA) Tel. 080-497.15.74 Fax 080-497.97.64	www.nocesemanifatture.it www.harryesons.com	Camiceria da uomo	<i>Harry & Sons</i>
Industria Tessile Nardelli I.T.N. S.r.l.	Via Mottola km 2,200 Z.I. 74015 Martina Franca (TA) Tel. 080-485.11.11 Fax 080-485.11.00	www.itnconfezioni.it	Abbigliamento uomo (capi spalla, abiti, pantaloni)	<i>Angelo Nardelli</i>
Tagliente S.r.l.	Via Mottola km 2,200 Z.I. 74015 Martina Franca (TA) Tel. 080-480.29.11 Fax 080-480.29.55	www.tagliente.it	Abbigliamento uomo/donna (capi spalla)	<i>Tagliente</i>
Industrie Confezioni Acquaviva S.r.l.	Via Chiancaro, 1 74015 Martina Franca (TA) Tel. 080-485.50.21 Fax 080-485.51.69	www.acquaviva.it	Abbigliamento uomo (capi spalla, abiti, pantaloni)	<i>Antica Sartoria Acquaviva</i>
Giovanna Sbiroli S.r.l.	S.S.377 per Castellana Grotte 70017 Putignano (BA) Tel. 080-491.14.00	www.giovannasbiroli.it	Abiti da sposa e da cerimonia	<i>Giovanna Sbiroli</i>
Valentini Sposa	Via Turi, 22/h 70017 Putignano (BA) Tel. 080-405.21.25 Fax. 080-40.54.02	www.valentinisposa.it	Abiti da sposa e da cerimonia	<i>Valentini Egò</i>
Val & Max S.p.A.	Via Orsini, 24 70017 Putignano (BA) Tel. 080-491.18.44 Fax 080-405.36.44	www.valmax.it	Abiti da sposa Abbigliamento da bambino	<i>Val & Max</i>

Si segnala inoltre, la presenza di alcuni consorzi settoriali, attivi nella promozione della produzione locale:

- **Consorzio Baby Italia**, con sede a Putignano, che riunisce 35 aziende specializzate nella produzione di abbigliamento bambino;
- **Consorzio Sposa e Moda Italiana**, con sede a Putignano, a cui aderiscono 15 aziende specializzate nella produzione di abiti da sposa e da cerimonia;
- **Consorzio Idea Fashion**, con sede a Martina Franca, che riunisce 5 aziende specializzate nella produzione di abbigliamento esterno uomo/donna.

1.3. La struttura della produzione nel Distretto di Nardò-Gallipoli

Un'altra area che occupa un posto di particolare importanza nel quadro regionale del settore tessile-abbigliamento risulta essere la provincia di Lecce che rappresenta la seconda provincia in Puglia per numero di imprese attive.

Sebbene il settore tessile-abbigliamento risulta abbastanza diffusa in tutta la provincia, si registra una maggiore concentrazione nella zona del Sud Salento ed in particolare nel distretto industriale di Nardò-Gallipoli che scende lungo la costa ionica, raggruppando 14 comuni della Provincia sud-orientale di Lecce.

All'interno dello stesso distretto di Nardò-Gallipoli si evidenzia la presenza di due poli produttivi distinti, attorno a cui si aggregano vocazioni produttive specialistiche che risultano assai differenziate:

- il polo produttivo di Nardò che si identifica con la produzione di **abbigliamento esterno uomo-donna**;
- il polo industriale di Racale-Melissano che risulta tra i leader mondiali nel settore tessile per quanto riguarda la specializzazione nella produzione di **calzetteria a maglia**.

Nell'area distrettuale risultano attive **170 imprese nella produzione di abbigliamento esterno⁵**, di cui **54 (32%) sono localizzate nel comune di Nardò**.

⁵ Fonte: dati Infoimprese, 2002.

Tabella 5

Distribuzione delle unità produttive specializzate nelle produzioni tessile-abbigliamento per Comune nel Distretto di Nardò-Gallipoli, 2002

Comune	Numero di unità specializzate		
	Industrie tessili (compresa la maglieria)	Confezione articoli di vestiario	Totale
Alezio	4	9	13
Alliste	33	3	36
Aradeo	11	8	19
Galatone	17	15	32
Gallipoli	5	7	12
Melissano	69	13	82
Nardò	37	54	91
Neviano	2	5	7
Porto Cesareo	3	2	5
Racale	138	11	149
Sannicola	3	9	12
Seclì	2	3	5
Traviano	39	14	53
Ugento	17	17	34
Totale Distretto	380	170	550

Fonte: elaborazioni su dati Infoimprese

1.3.1. Scelte organizzative e posizionamento di mercato

Per quanto riguarda la matrice imprenditoriale, si può notare la coesistenza di una cultura di tipo tecnico-produttivo (eredità delle origini artigianali), presente in particolare nelle piccole realtà, con una cultura imprenditoriale di tipo organizzativo-gestionale, acquisita da alcuni imprenditori che oggi demandano l'attività produttiva e il suo controllo a collaboratori di fiducia per dedicarsi esclusivamente all'attività commerciale e organizzativa.

In relazione agli orientamenti al mercato espressi dagli imprenditori, come già in quella del nord-barese, anche in questa zona prevalgono i rapporti di lavoro per conto terzi, a scapito dei rapporti diretti con il mercato finale.

Questa condizione di lavoro è infatti la più comune tra le imprese del distretto, specie di piccole e medie dimensioni, le quali si configurano in larga misura come laboratori specializzati in servizi produttivi che lavorano per importanti *griffe* nazionali e internazionali (*Hugo Boss, Giorgio Armani, Versace, Roberto Cavalli, Trussardi, Marzotto, Woolrich, Ben Sherman, Cont of Florence, Everlast* ed altri ancora).

Da un punto di vista relazionale ed organizzativo, il distretto presenta una rete di rapporti fra imprese che sono sia di tipo verticale fra azienda "madre" che acquisisce la commessa e imprese che realizzano principalmente le fasi di confezione, sia di tipo orizzontale fra imprese che eseguono le stesse fasi. Le relazioni orizzontali sono esclusivamente di tipo produttivo e tecnologico, ossia collaborazioni nell'esecuzione di commesse che non si riesce ad assolvere da soli o che si gestiscono in comune in base ad accordi intercorrenti da anni.

Per via dell'ampia diffusione dei rapporti di subfornitura, dall'analisi della tipologia di prodotti realizzati, si rileva l'assenza di una specializzazione produttiva chiara in quanto l'attività della maggiore parte delle imprese rientra nella generica categoria di "confezioni di capi di abbigliamento" e punta proprio sulla flessibilità produttiva in modo da poter coprire un ampio spettro di prodotti (capi spalla, pantaloni, gonne, maglieria esterna).

Nello stesso tempo, soprattutto attorno alle aziende più strutturate che operano spesso attraverso delle marche proprie, localizzate anche nelle zone esterne al distretto si sono formate delle nicchie di offerta specializzate:

- il comprensorio industriale del Comune di Matino è dominato dalla presenza di Romano S.p.A., azienda specializzata nella **produzione di jeans** che opera in rete con circa 30 aziende subfornitrici della zona, e produce sia per le griffe e le private label italiane ed estere, sia attraverso il proprio marchio *Meltin' Pot*;
- nell'attiguo distretto industriale di Casarano, più noto per la produzione di calzature, si è sviluppato un polo specializzato nella produzione di **cravatte**, il cui centro si trova nel Comune di Alessano dove ha sede l'azienda leader The King S.r.l. che produce per tutte le più noti griffe nazionali ed internazionali.

1.3.2. Sistema di offerta

La gamma di offerta sviluppata dalle imprese attive nel settore tessile-abbigliamento tende a coprire un ampio spettro di articoli che si possono distinguere prevalentemente nelle seguenti categorie:

- **abbigliamento esterno uomo/donna di tipo classico** (capi spalla, gonne, pantaloni, camice, cravatte);
- **abbigliamento esterno uomo/donna di tipo casual** (t-shirt, maglieria, jeanseria).

L'offerta locale si colloca generalmente nelle fasce **medie e medio-alte** del mercato in termini qualitativi, mentre **i livelli di prezzo sono influenzati dalla qualità delle materie prime e della complessità delle lavorazioni richieste dalla committenza.**

1.3.3. Aziende leader e/o raggruppamenti d'impresa

In questo contesto, si distinguono alcune realtà produttive significative che producono per le più importanti griffe in Italia ed all'estero e/o con politiche di marchio proprio.

Azienda	Sede	Sito Internet	Specializzazione produttiva	Marchi aziendali
Barbetta S.r.l.	Z.I. 73048 Nardò (LE) Tel. 0833-80.05.11 Fax 0833-80.05.72	www.barbetta.it	Abbigliamento esterno uomo/donna	
The King S.r.l.	Via Gonfalone Zona PIP 73031 Alessano (LE) Tel. 0833-78.25.28 Fax 0833-52.19.80	www.theking.it	Cravatteria	<i>The King</i>

Azienda	Sede	Sito Internet	Specializzazione produttiva	Marchi aziendali
Romano S.p.A.	Z.I. Matino (LE) Tel. Fax	www.romano.it www.meltinpot.com	Jeanseria	<i>Meltin' Pot</i>

Si segnala infine, la presenza del **Consorzio Mediterraneo per l'Abbigliamento S.r.l.**, con sede nella Zona Industriale di Tuglie, promosso da alcune PMI della zona, con finalità legate alla promozione e la commercializzazione della produzione locale.

2. Condizioni di sviluppo locale

2.1. Sistema di infrastrutture

In relazione alle principali infrastrutture economiche che contribuiscono alle potenzialità di sviluppo del territorio, la Puglia appare sufficientemente dotata soprattutto in relazione al sistema dei trasporti che garantisce collegamenti sia all'interno del territorio sia verso i principali mercati di sbocco per tutti i distretti industriali locali.

Inoltre, il Piano Regionale dei Trasporti approvato dalla Giunta regionale nel 2002 prevede l'attivazione di una serie di interventi strutturali finalizzati allo sviluppo di una rete integrata e funzionale per la mobilità e lo sviluppo dell'intermodalità nel trasporto sia di passeggeri sia di merci, al fine di creare lo "snodo territoriale ed infrastrutturale Puglia" in funzione anche della realizzazione e attivazione delle relazioni sul Corridoio Adriatico per l'asse Nord-Sud, sul Corridoio n. 8 per l'asse Est-Ovest e dello sviluppo del traffico marittimo lungo le *autostrade del mare*.

2.1.1. Rete stradale

La Puglia è collegata alla rete autostradale nazionale che porta verso il Centro e Nord Italia, approdando alle principali arterie di collegamento con il resto dell'Europa. I principali transiti autostradali in Puglia sono:

- Autostrada A 14 **Bologna-Bari-Taranto** che rappresenta il principale asse di scorrimento del traffico extraurbano e soprattutto di trasporto merci, da e verso il Centro e Nord Italia
- Autostrada A 16 **Napoli-Bari** che collega la costa adriatica a quella tirrenica, garantendo gli spostamenti verso ovest in direzione di Napoli e quindi l'innesto con l'A1 che sale verso Roma e Milano e scende verso Salerno.

Una rete di strade a scorrimento veloce collega i capoluoghi di provincia ed i rispettivi agglomerati industriali.

2.1.2. Rete ferroviaria

I collegamenti ferroviari servono l'intera regione, garantendo i collegamenti con i principali centri urbani per il trasporto passeggeri, nonché verso le zone industriali e portuali per il trasporto merci.

Il principale asse ferroviario è la linea "Adriatica" **Milano-Bologna-Lecce**, gestita dalle Ferrovie dello Stato, che serve tutte le città ed i principali centri urbani siti sulla costa adriatica, a cui si aggiungono la diramazione in direzione di **Taranto** sulla costa ionica e le linee gestite dalle ferrovie locali che garantiscono i collegamenti con i centri interni della regione.

2.1.3. Sistema portuale

Il sistema portuale in Puglia è altamente qualificato e presenta una serie di porti attrezzati per gestire il traffico di persone e di merci, che vanno dai piccoli porti turistici presenti in diversi comuni costieri ai grandi porti intermodali di Bari, Brindisi e Taranto che

garantiscono i collegamenti internazionali via mare con i **Paesi balcanici**, la **Grecia** e la **Turchia**, nonché verso **l'Estremo Oriente**.

I servizi merci del porto di Taranto sono stati recentemente potenziati con l'insediamento della Società di logistica multinazionale *Evergreen* che garantisce il traffico container verso i principali **Paesi asiatici**, mentre il porto di Bari garantisce i flussi di merci verso i principali mercati del **Nord America** attraverso collegamenti settimanali con l'interporto di Gioia Tauro.

2.1.4. Aeroporti

La Puglia è dotata di due aeroporti internazionali che garantiscono frequenti collegamenti con le principali città italiane e con diverse città europee:

- **Aeroporto di Bari Palese**, attualmente in fase di ampliamento, garantisce collegamenti frequenti con le città di Milano, Roma, Torino e Venezia, oltre ad offrire voli diretti per Londra, Parigi, Bruxelles, Monaco di Baviera, Bucarest e Timisoara;
- **Aeroporto di Brindisi Casale**, direttamente collegato via pullman con la città di Brindisi, nonché con quella di Lecce grazie al nuovo air terminal, offre collegamenti giornalieri con le principali città italiane (Milano, Roma) e voli diretti per destinazioni estere, quali Francoforte e Londra.

2.2. Presenza di centri di eccellenza

Sebbene non si rileva la presenza in Puglia di centri di ricerca o di alta formazione specializzati esclusivamente nel settore moda, appare utile segnalare comunque alcune delle iniziative mirate da parte dei protagonisti del sistema di ricerca e formazione regionale.

In particolar modo, si evidenzia che *l'Università degli Studi di Bari* ha istituito, a partire dall'anno accademico 2003/4, un **Corso di Laurea in Scienze e Tecnologia della Moda**, finalizzato alla formazione di tre figure professionali specifiche, intese a rispondere alle esigenze delle imprese locali:

- l'esperto in gestione aziendale nel settore della moda;
- il creativo;
- il tecnologo dei materiali e dei colori.

Sempre, nell'ambito della formazione a favore degli operatori del settore, si segnala la proposta di **creazione di una scuola per stilisti a livello regionale** da localizzare nel comune di Brindisi, patrocinata da alcune amministrazioni comunali e da alcune imprese locali e del Nord (con la partecipazione dell'impresa guidata dallo stilista Carlo Pignatelli, di origine brindisina, localizzata a Milano).

Si segnala infine, la presenza del **Parco Scientifico e Tecnologico Tecnopolis-CSATA Novus Ortus**, attivo sul territorio dal 1984, che contribuisce attivamente alla promozione e realizzazione di iniziative a sostegno della diffusione dell'innovazione nel sistema economico locale e che ha partecipato recentemente al *Progetto "Tessile-Abbigliamento nel Sud"*, finalizzato allo sviluppo della competitività del sistema tessile-abbigliamento nelle regioni del Mezzogiorno.

2.3. Presenza di iniziative significative a sostegno dello sviluppo nel settore tessile-abbigliamento

Sul fronte istituzionale, si registra di recente la presenza di alcune iniziative da parte di vari organismi, finalizzate in larga misura alla promozione del settore.

Si segnala, in particolare un'iniziativa specifica condotta nella provincia di Bari che coinvolge un numero elevato di soggetti pubblici e privati interessati a promuovere interventi a sostegno dello sviluppo e della competitività dei sistemi produttivi locali.

Tale iniziativa riguarda l'**agenzia regionale della moda, Moda Mediterranea S.p.A.**, costituita nel dicembre 2002 e promossa dalla Camera di Commercio di Bari, dall'Unioncamere regionale e dalla Provincia di Bari. L'agenzia, i cui soci comprendono rappresentanti di alcune associazioni di categoria e consorzi di settore, della Banca Monte dei Paschi di Siena, di diversi Comuni e del mondo universitario, oltre alla Camera di Commercio di Bari, risulta finalizzata ad intraprendere *"iniziative connesse allo sviluppo economico e sociale del territorio, valorizzando le risorse e le opportunità presenti e promuovendo complessivamente il "Sistema moda" locale"*.

Nello stesso tempo, l'ente **Provincia di Lecce**, con la partecipazione della Camera di Commercio di Lecce, si è fatto promotore di un'iniziativa per il rilancio della competitività del settore tessile-abbigliamento-calzaturiero del Salento ed ha proceduto alla creazione di un osservatorio per monitorare le dinamiche di sviluppo del settore a livello locale.

3. Propensione all'internazionalizzazione

Appare difficile delineare l'esperienza e la vocazione all'internazionalizzazione espresse dalle imprese dei tre distretti interessati dalla produzione di abbigliamento intimo per via del fitto intreccio di relazioni con le aziende del Centro-Nord e le case di moda che, nella rispettiva veste di committenti, costituiscono spesso i terminali principali da cui partono le esportazioni di prodotti "made in Puglia" oppure attorno ai quali si concentrano i rapporti di collaborazione produttiva e commerciale con i mercati esteri.

Ciononostante, attraverso la lettura dei dati statistici relativi agli scambi commerciali ed all'apertura verso l'estero dell'economia locale, diventa possibile individuare alcune tendenze in relazione agli orientamenti all'internazionalizzazione espressi da questo sistema produttivo.

3.1. Andamento degli scambi commerciali

Sebbene i rapporti esteri di molte delle imprese specializzate risultano essere "mediati" dai rispettivi committenti, la crescente capacità delle imprese pugliesi di interagire direttamente con clienti esteri (griffe straniere, Società distributive che adoperano politiche "private label"), nonché di presentarsi con dei marchi propri, ha contribuito ad intensificare i livelli di esportazioni dirette.

Ciononostante, il peso delle esportazioni del sistema tessile-abbigliamento in Puglia risulta ancora modesto rispetto alle dinamiche del settore a livello nazionale. Nel 2002, l'insieme di imprese attive nel tessile-abbigliamento in Puglia **ha esportato prodotti per un totale di circa 385,7 milioni di Euro, pari al 1,4% delle esportazioni nazionali nello stesso settore.**

In linea con la collocazione sul territorio pugliese dei distretti produttivi specializzati nel settore tessile-abbigliamento, sono le due province di Bari e Lecce a sviluppare la maggiore parte delle attività esportative regionali, mentre la provincia di Taranto che ospita il polo di Martina Franca s mantiene su livelli più contenuti:

- le imprese attive nella provincia di Bari sviluppano il 34% delle esportazioni regionali di articoli di vestiario;
- le imprese specializzate sul territorio leccese contribuiscono per il 47% all'export regionale di vestiario;
- le imprese della provincia di Taranto realizzano il 10% dei flussi esportativi di abbigliamento esterno "made in Puglia".

Nello stesso periodo, la Puglia ha registrato **importazioni di prodotti tessili ed articoli di vestiario per un valore complessivo di circa 217,2 milioni di Euro.** In questo caso, le tre province che ospitano i distretti industriali specializzati nel settore tessile-abbigliamento hanno sviluppato complessivamente il 95% delle importazioni: Bari ha inciso per il 58% del valore complessivo regionale, Lecce per il 25% e Taranto per il 12%.

Complessivamente, **il saldo degli scambi commerciali sviluppati dal settore tessile-abbigliamento in Puglia risulta nettamente positivamente, portando a segno un risultato in attivo di 168,5 milioni di Euro per il 2002,** segnando una sostanziale tenuta delle posizioni competitive da parte delle imprese locali di fronte alla crescente concorrenza, specie dai Paesi a basso costo di manodopera dell'estremo oriente, anche

se si assiste ad un fenomeno di incremento graduale delle importazioni considerato preoccupante.

Tabella 6
Scambi commerciali nel settore tessile-abbigliamento per provincia, 2002
(valori in milioni di Euro)

Provincia	Industrie tessili			Confezione di articoli di vestiario			Totale Tessile-abbigliamento		
	Importazioni	Esportazioni	Saldo	Importazioni	Esportazioni	Saldo	Importazioni	Esportazioni	Saldo
Bari	95,8	92,2	-3,6	31,1	70,5	39,4	126,9	162,7	35,8
Brindisi	1,6	2,8	1,2	0,4	4,6	4,2	2,0	7,4	5,4
Foggia	2,9	2,7	-0,2	5,9	2,4	-3,5	8,8	5,1	-3,7
Lecce	33,0	74,3	41,3	21,0	97,3	76,3	54,0	171,6	117,6
Taranto	10,4	8,1	-2,3	15,2	30,7	15,5	25,6	38,8	13,2
Totale Puglia	143,7	180,1	36,4	73,5	205,6	132,1	217,2	385,7	168,5
Totale Mezzogiorno	710,1	698,0	-12,1	455,8	1.131,1	675,3	1.165,9	1.829,1	663,2
Totale Italia	8.619,0	17.396,2	8.777,2	5.146,6	9.983,4	4.836,8	13.765,6	27.379,6	13.614,0

Fonte: elaborazioni su dati Istat, 2002

3.1.1. Identificazione dei Paesi esteri "partner" privilegiati

In linea con gli orientamenti generali del settore moda a livello nazionale, ma anche grazie alla presenza di importanti legami con la distribuzione organizzata in Europa, le principali destinazioni estere per gli **articoli di vestiario** (compreso l'abbigliamento intimo) realizzati in Puglia si ritrovano all'interno dello spazio economico comune dell'Unione Europea, con particolare riferimento ai mercati tradizionali della Germania e Francia, anche se le relative dinamiche di domanda non sembrano essere incoraggianti.

Appare in forte crescita invece, il ruolo degli Stati Uniti (+23%), del Regno Unito (+56%) e dei Paesi dell'Europa extra-comunitaria (Albania, Serbia e Montenegro) quali mercati di destinazione per la produzione pugliese, mentre i rapporti con gli altri continenti appaiono più difficoltosi.

Tabella 7**Graduatoria dei principali partner esteri della Puglia in base alle esportazioni di articoli di vestiario, 2002****(valori in migliaia di Euro e variazioni in percentuale)**

Paese	Esportazioni		Importazioni	
	Valore	Var (%) 2002/2001	Valore	Var (%) 2002/2001
Germania	41.212	-14,5	1.451	56,49
Stati Uniti	30.013	23,16	981	-36,36
Francia	29.534	-20,54	8.469	15,34
Regno Unito	22.557	56,22	3.030	35,16
Paesi Bassi	18.549	-41,21	566	26,05
Albania	17.206	89,7	19.937	18
Svezia	12.842	1,48	17	
Grecia	12.429	17,17	746	-0,7
Spagna	9.379	13,59	3.072	58,43
Serbia e Montenegro	8.736	10,1	3.540	21,49
Russia (Federazione di)	3.913	-21,25	31	237,72
Romania	3.733	110,29	4.406	34,81
Svizzera	3.603	-32,39	523	22,58
Arabia Saudita	3.602	-33,28		
Norvegia	3.545	-15,18	3	-60,5
Austria	3.315	-36,72	419	66,91
Finlandia	3.040	51,44	8	-92,02
Belgio	2.425	2,39	452	-79,48
Giappone	2.352	-6,12	19	91,55
Kuwait	2.331	-31,25	0.	

Fonte: elaborazioni ICE su dati Istat, 2002

Anche l'export di **prodotti tessili** (compreso la maglieria intima e la calzetteria) "made in Puglia" trovano i mercati più ricettivi all'intermo dell'Unione Europea, con particolare riferimento alla Francia, ai Paesi Bassi ed alla Germania.

Appaiano in forte crescita sempre i mercati del Sud Est Europa, insieme alla Tunisia, anche se questi flussi potrebbero essere influenzati dal traffico di perfezionamento passivo che caratterizza questo settore.

Tabella 8**Graduatoria dei principali partner esteri della Puglia in base alle esportazioni di prodotti tessili, 2002****(valori in migliaia di Euro e variazioni in percentuale)**

Paese	Esportazioni		Importazioni	
	Valore	Var (%) 2002/2001	Valore	Var (%) 2002/2001
Francia	16.933	45,9	17.152	1,23
Paesi Bassi	14.950	16,72	4.586	-35,08
Germania	14.170	-17,58	7.392	-14,85
Albania	11.925	20,34	576	57,41
Tunisia	7.909	28,54	395	83,67
Svizzera	6.462	-2	828	-9,12
Grecia	5.411	21,7	2.201	39,45
Serbia e Montenegro	4.396	44,5	246	153,2
Bulgaria	4.180	63,77	60	-73,77
Stati Uniti	3.827	18,08	1.244	11,66
Romania	3.624	-27,51	2.843	-25,56
Belgio	3.282	-14,18	4.012	36,97
Norvegia	2.192	94,31	123	-68,15
Spagna	2.165	6,81	18.475	-6,7
Svezia	1.740	-6,16	20	-54,16
Egitto	1.736	79,73	742	168,42
Polonia	1.467	52,63	54	-19,21
Liechtenstein	1.270	27,65	2	-95,97
Portogallo	1.157	66,8	2.762	22,41
Irlanda	1.129	22,37	0	-100

Fonte: elaborazioni ICE su dati Istat, 2002

Passando invece all'import pugliese di articoli di vestiario, figurano tra i principali partner alcuni Paesi del Sud Est Europa (Albania, Romania, Serbia e Montenegro) che tendono a rappresentare i partner produttivi privilegiati per le aziende pugliesi nei rispettivi traffici di perfezionamento passivo, come anche la Tunisia.

Allo stesso tempo, si evidenzia l'apporto importante della Cina e di alcuni Paesi in via di sviluppo (Bangladesh, India) che rappresentano fornitori estremamente competitivi, specie nelle fasce più basse del mercato.

Tabella 9**Graduatoria dei principali partner esteri della Puglia in base alle importazioni di articoli di vestiario, 2002****(valori in migliaia di Euro e variazioni in percentuale)**

Paese	Importazioni		Esportazioni	
	Valore	Var (%) 2002/2001	Valore	Var (%) 2002/2001
Albania	19.937	18	17.206	89,7
Tunisia	15.240	42,79	2.112	107,79
Cina	11.555	33,3	122	6,01
Francia	8.469	15,34	29.534	-20,54
Bangladesh	5.424	100,74	0	
India	5.384	4,77	15	-26,62
Egitto	4.617	246,04	47	-13,99
Romania	4.406	34,81	3.733	110,29
Serbia e Montenegro	3.540	21,49	8.736	10,1
Spagna	3.072	58,43	9.379	13,59
Regno Unito	3.030	35,16	22.557	56,22
Portogallo	1.643	362,59	2.143	-15,95
Pakistan	1.577	97,77	0	
Germania	1.451	56,49	41.212	-14,5
Turchia	1.080	55,64	343	3,86
Stati Uniti	981	-36,36	30.013	23,16
Grecia	746	-0,7	12.429	17,17
Bulgaria	623	365,38	367	-22,51
Paesi Bassi	566	26,05	18.549	-41,21
Svizzera	523	22,58	3.603	-32,39

Infine, le importazioni regionali di prodotti tessili sono dominate prevalentemente dai partner europei e si colloca al primo posto la Turchia, fornitore tradizionale di materie prime e semi-lavorati per il settore tessile-abbigliamento in Puglia.

3.2. Andamento dei flussi IDE

L'interesse verso i mercati esteri da parte degli imprenditori del settore tessile-abbigliamento in Puglia si è caratterizzato anche per la ricerca di opportunità di integrazione produttiva.

All'inizio degli anni Novanta, si sono avviate le prime esperienze di decentramento produttivo internazionale attraverso lo spostamento delle fasi di cucitura dei capi verso i Paesi vicini a basso costo, quali in particolare l'Albania ed il Montenegro. Da allora, sono proseguiti, con vari gradi di intensità, i flussi degli investimenti diretti verso l'estero, motivati dalla ricerca di vantaggi di costo nelle fasi produttive a basso valore aggiunto, specie di fronte alla crescente competitività dei Paesi in via di sviluppo.

Per quanto attiene alle produzioni specifiche del comparto dell'abbigliamento esterno, si sono sviluppate alcune esperienze di decentramento nei Paesi del Sud Est Europa, quali in particolare la Romania, la Bulgaria e l'Albania, dove la presenza di una certa esperienza nella produzione di tessile-abbigliamento ha rappresentato un fattore di attrazione per gli

imprenditori pugliesi, oltre alla possibilità di beneficiare da costi di lavoro più ridotti rispetto ai livelli salariali in Italia. In maniera crescente, specie per i prodotti più standardizzati (pantaloni, t-shirt, jeanseria) i produttori pugliesi stanno sperimentando rapporti di collaborazione produttiva nei Paesi del Nord Africa, con particolare enfasi sulla Tunisia, che riescono a garantire elevati volumi di produzione, con una qualità sufficiente ed a prezzi contenuti.

In termini generali, la complessità della gestione dei rapporti con i produttori esteri e l'esito non sempre positivo delle relazioni d'affari instaurate ha limitato sostanzialmente la diffusione di questa forma di integrazione internazionale tra le imprese del comparto.

In relazione ai flussi di investimenti esteri verso la Puglia nel comparto dell'abbigliamento esterno, benché si assiste ad un crescente fenomeno di diffusione sul territorio di piccoli laboratori specializzati nelle produzioni tessile-abbigliamento, tipicamente nelle fasce basse del mercato, gestiti da imprenditori di origini asiatiche, non si rileva una significativa presenza di succursali o di investimenti importanti da parte di imprese estere.

3.3. I potenziali vettori di sviluppo internazionale

Il principale vettore di sviluppo internazionale per il comparto produttivo dell'abbigliamento uomo/donna/bambino in Puglia, come per il settore tessile-abbigliamento nel suo complesso, rimane quello delle **esportazioni**, soprattutto per due ordini di considerazioni:

- le dimensioni ridotte della maggior parte delle imprese attive spesso limitano le rispettive capacità di investimento in altre forme di integrazione con i mercati esteri;
- la potenzialità di export del comparto locale, soprattutto per i prodotti che richiedono maggiori specializzazioni sartoriali/artigianali e di elevata qualità (abiti da sposa, capi spalla uomo/donna, abbigliamento bambino) appare ancora sottosviluppata, soprattutto perché i produttori locali, sebbene tecnicamente esperti, presentano spesso capacità e competenze sottodimensionate rispetto alle esigenze di marketing e di valorizzazione della produzione connesse allo sviluppo di nuove opportunità di mercato all'estero.

Tali condizioni vincolanti potrebbero ricevere un impulso positivo dal sistema di supporto e di agevolazioni messo a disposizione dagli enti regionali e nazionali che gestiscono strumenti, programmi ed iniziative volti al sostegno dei processi di internazionalizzazione.

Intanto, per le imprese del comparto, le opportunità di penetrazione nei mercati più "consolidati" (**Stati Uniti**), sembrano vertere su due possibilità di inserimento da verificarsi:

- l'introduzione di linee di abbigliamento uomo/donna/bambino, con i marchi dei rispettivi produttori, nei canali tradizionali specializzati e non della distribuzione tessile-abbigliamento (commercio al dettaglio, catene specializzate, vendita per corrispondenza, ecc.);
- lo sviluppo di rapporti di collaborazione con gli operatori della distribuzione organizzata (grandi magazzini, catene specializzate) che adoperano politiche di "private label" e che possono avere interesse ad introdurre o rafforzare delle proprie collezioni di abbigliamento "made in Italy".

I mercati in fase di sviluppo (**Russia, Paese dell'Area Balcanica e Mediterranea**), meritano invece un approfondimento su due versanti:

- le effettive opportunità di penetrazione commerciale del mercato, di fronte all'evoluzione del sistema distributivo locale nel settore del tessile-abbigliamento;
- le opportunità ed i vincoli connessi ad investimenti produttivi (delocalizzazione, joint-venture) da parte dei produttori pugliesi, finalizzati a garantire un presidio sul mercato locale e beneficiare dai processi attuali e futuri di allargamento dell'Unione Europea, piuttosto che dai costi bassi di manodopera.

3.4. Analisi SWOT in relazione alle potenzialità di sviluppo internazionale del comparto

Punti di Forza	Punti di Debolezza
<p>Elevata specializzazione dei sistemi produttivi locali</p> <p>Buona “riserva” di manodopera specializzato</p> <p>Sistema di offerta articolato ed ampio</p> <p>Esperienza produttiva consolidata ed elevato presidio delle fasi tecniche della produzione</p> <p>Buona capacità di gestione dei rapporti con la committenza nazionale ed estera</p> <p>Consolidata rete di subfornitura che copre tutte le fasi del ciclo produttivo</p> <p>Crescente propensione all’apertura ai mercati esteri</p> <p>Livello di dotazione infrastrutturale, sufficiente per garantire accesso ai principali mercati esteri</p> <p>Prossimità strategica ai mercati del Sud Est Europa e del Bacino Mediterranea</p>	<p>Eccessiva frammentazione dell’offerta</p> <p>Diffusione di micro-imprese</p> <p>Eccessiva dipendenza dai rapporti di subfornitura</p> <p>Sottocapitalizzazione delle imprese che limita le possibilità di investimenti in ricerca ed in marketing</p> <p>Scarsa sensibilità alle politiche consortili</p> <p>Carenza di politiche di marchi</p> <p>Scarsa offerta di servizi di eccellenza a sostegno del sistema produttivo</p> <p>Scarsa integrazione di filiera sul territorio</p>
Opportunità	Rischi
<p>Consolidamento del settore a livello locale che determina la presenza di imprese più solide in termini dimensionali e patrimoniali</p> <p>Migliore accesso ai mercati esteri grazie a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Il potenziamento del sistema portuale pugliese ed incremento dei collegamenti marittimi internazionali <input type="checkbox"/> Il potenziamento degli aeroporti internazionali ed incremento dei collegamenti aerei internazionali <input type="checkbox"/> La realizzazione del Corridoio di trasporto n.8 che collegherà la Puglia ai Paesi del Sud Est Europa <p>Rafforzare i rapporti tra le imprese, stimolando la creazione di reti e consorzi</p> <p>Diffondere e sostenere i processi di innovazione, sfruttando sia la presenza di qualificati centri di ricerca, sia gli strumenti di agevolazione ed incentivi disponibili a livello regionale, nazionale e comunitario</p> <p>Diffondere e sostenere i processi di internazionalizzazione d’impresa, sfruttando gli strumenti ed incentivi disponibili a livello regionale, nazionale e comunitario</p> <p>Sviluppare e rafforzare le competenze specialistiche, sia nel campo tecnico-produttivo che nel campo del marketing, grazie ad iniziative di formazione specialistica (come quella dell’Università di Bari che istituisce un Corso di laurea in scienze e Tecnologia della Moda)</p>	<p>Ulteriore rafforzamento della competizione internazionale, soprattutto proveniente dai Paesi a bassi costi di manodopera</p> <p>Crescita della presenza locale di terzisti a basso costo provenienti da sistemi produttivi esterni ed in particolare dai Paesi asiatici che potrebbe contribuire a squalificare il sistema di offerta</p> <p>Crisi congiunturale, dovuta anche al rafforzamento del valore dell’Euro rispetto alle altre valute che comporta una diminuzione della competitività dei prodotti locali nei principali mercati extra-europei</p>