

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 intimo</i>
Regione	<i>Puglia</i>

Redatto da
MAP - Presidio Puglia di assistenza tecnica per
l'Internazionalizzazione

(a cura di Theresa Mulloy)

Gennaio 2004

Indice

1. Caratteristiche del comparto “abbigliamento intimo” in Puglia 3

1.1. La struttura della produzione nel Nord Barese	5
1.1.2. Scelte organizzative e posizionamento di mercato	7
1.1.3. Sistema di offerta	7
1.1.4. Aziende leader e/o raggruppamenti d'impresa	8
1.2. La struttura della produzione nel Sud Salento	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

2. Condizioni di sviluppo locale 12

2.1. Sistema di infrastrutture	12
2.1.1. Rete stradale	12
2.1.2. Rete ferroviaria	12
2.1.3. Sistema portuale	12
2.1.4. Aeroporti	13
2.2. Presenza di centri di eccellenza	13
2.3. Presenza di iniziative significative a sostegno dello sviluppo nel settore tessile-abbigliamento	14

3. Propensione all'internazionalizzazione 15

3.1. Andamento degli scambi commerciali	15
3.1.1. Identificazione dei Paesi esteri “partner” privilegiati	16
3.2. Andamento dei flussi IDE	20
3.3. I potenziali vettori di sviluppo internazionale	21
3.4. Analisi SWOT in relazione alle potenzialità di sviluppo internazionale del comparto	23

1. Caratteristiche del comparto “abbigliamento intimo” 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 quasi 7.000 unità locali attive¹. 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 come la maggior parte delle imprese pugliesi sia 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 intimo in Puglia, nelle sue principali forme di lavorazione, sia di a maglia che in tessuto (corsetteria, lingerie), presenta una struttura basata su un diffuso sistema imprenditoriale, prevalentemente a capitale locale.

L'evoluzione delle relative specializzazioni produttive sul territorio appare relativamente recente ed imperniata principalmente su due fattori:

- la **dinamica del sistema moda nazionale** che ha evidenziato un crescente ricorso a strategie di esternalizzazione delle produzioni da parte delle imprese più note del Centro-Nord;
- lo **sviluppo del sistema della distribuzione organizzata internazionale**, soprattutto in relazione alla diffusione di politiche di “private label” da parte delle Società distributive anche nel comparto dell'abbigliamento intimo e calzetteria.

Entrambi questi fenomeni hanno privilegiato lo sviluppo di un articolato sistema di subfornitura, composto da imprese in grado di offrire servizi produttivi specializzati, garantendo costi del lavoro relativamente contenuti, flessibilità nei tempi di lavoro e nei volumi di produzione, nonché un discreto livello di qualità.

Nello stesso tempo, accanto a questa realtà dominante delle imprese terziste nel comparto dell'intimo, si è sviluppata una diversa tipologia di impresa che produce invece a marchio proprio, con un orientamento al mercato più attivo, anche in relazione alle opportunità d'affari a livello internazionale.

Attualmente in Puglia, **risultano essere attive nel comparto della produzione di maglieria intima, biancheria intima e calzetteria oltre 1.100 imprese**, pari al 16% delle unità locali che operano complessivamente nel settore del tessile-abbigliamento.

¹ Fonte: elaborazioni su dati Infoimprese, 2003.

Tabella 1**Distribuzione delle unità produttive specializzate nella produzione di abbigliamento intimo in Puglia per tipologia di prodotto e per provincia, 2003**

Provincia	No. unità per specializzazione produttiva			Totale unità comparto intimo	Totale unità settore tessile-abbigliamento	Incidenza comparto intimo/tessile-abbigliamento
	Maglieria intima	Calzetteria (a maglia)	Biancheria intima			
Bari	53	16	523	592	4.016	14,7%
Brindisi	3	3	43	49	332	14,8%
Foggia	3	4	47	54	424	12,7%
Lecce	2	350	43	395	1.677	23,6%
Taranto	5	8	9	22	488	4,5%
Totale Puglia	66	381	665	1.112	6.937	16,0%

Fonte: elaborazioni su dati Infoimprese

La presenza delle imprese specializzate nella produzione di **maglieria intima, biancheria intima e calzetteria** si concentra prevalentemente in due aree della regione:

- i. il **Nord barese** che interessa due dei distretti industriali individuati dalla Regione Puglia in base ad uno studio commissionato all'IPRES², ovvero il distretto del **Conca Nord Barese**, specializzato nel settore tessile-abbigliamento ed il distretto del **Nord Barese Ofantino** che presenta una specializzazione primaria nel settore calzaturiero ed una secondaria nel settore tessile-abbigliamento
- ii. il **Sud Salento**, sul versante orientale che si affaccia sullo Ionio, che insiste invece sul distretto industriale di **Nardò-Gallipoli**.

² IPRES 1999, *Distretti industriali e sistemi produttivi locali*.

Tabella 2**Quadro sinottico delle principali caratteristiche dei Distretti Industriali in Puglia interessati dalla produzione di abbigliamento intimo**

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
Nord Barese Ofantino	Bari, Foggia	1.032,00	306.567	297,1	Produzione di calzature antinfortunistiche e sportive	656	0,1	120
Nardò-Gallipoli	Lecce	569,4	146.178	256,7	Produzione di calzetteria Confezione di abbigliamento esterno	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

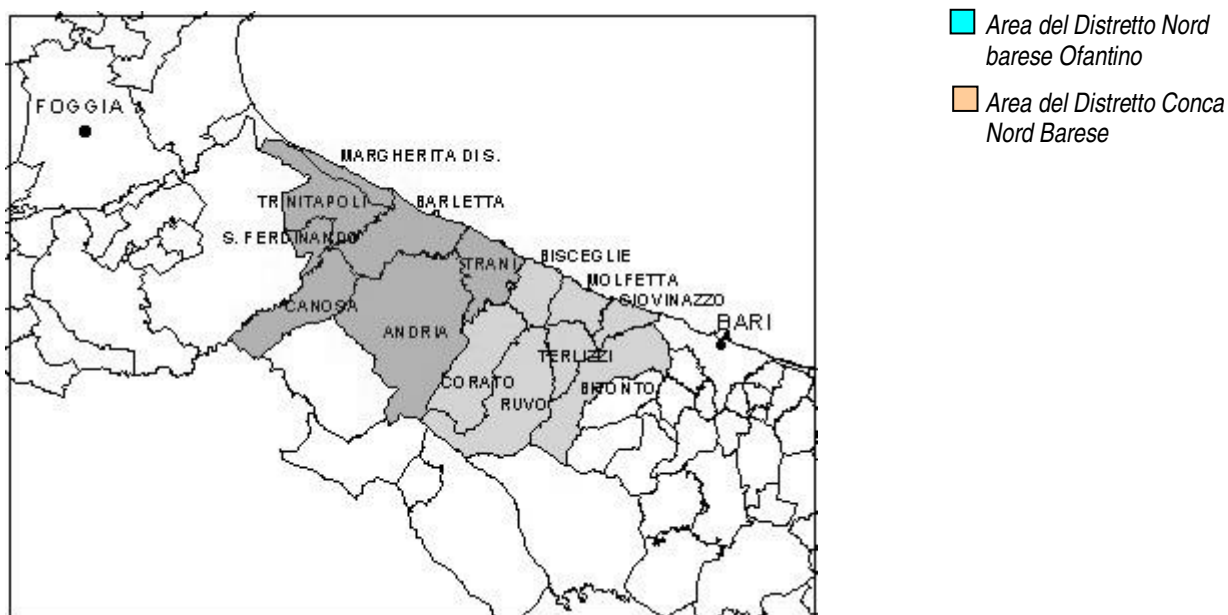
(3) L'indice indica il rapporto tra il totale delle unità locali specializzate presenti sul territorio e le unità attive nel settore industria

(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.

1.1. La struttura della produzione nel Nord Barese

Il comprensorio del Nord Barese si estende dai comuni limitrofi dell'area metropolitana di Bari verso i comuni settentrionali, a ridosso della provincia di Foggia, attraversando una serie di comuni costieri e dell'entroterra.

Mapa del territorio del Nord Barese



In questo contesto territoriale, la significativa presenza di imprese del settore tessile-abbigliamento è caratterizzata per lo più da imprese terziste di piccole dimensioni, frequentemente a carattere familiare, che basano la propria competitività sulle politiche di prezzo. Convivono con queste realtà, anche delle imprese più strutturate che adoperano politiche di marchio proprio e sviluppano strategie competitive basate più su elementi di immagine e di qualità della gamma di offerta.

Tra le imprese attive, si rilevano delle specializzazioni produttive consolidate, spesso polarizzate in determinati comuni della zona: Barletta, ad esempio, si distingue per l'articolata presenza di imprese attive nel comparto della produzione di maglieria esterna con circa 315 unità produttive registrate in base ai dati ufficiali del registro delle imprese delle *Camere di Commercio*³, mentre a Bitonto sono numerosi i laboratori che confezionano capi d'abbigliamento per bambini, per lo più di tipo economico (tutine, pigiamera).

La presenza di **unità produttive specializzate nel settore dell'intimo** risulta invece particolarmente spiccata nei seguenti comuni:

- **Andria:** 301 unità produttive registrate nella produzione di biancheria intima e 31 nella produzione di maglieria intima;
- **Bisceglie:** 61 unità produttive registrate nella produzione di biancheria intima e 3 nella produzione di maglieria intima;
- **Canosa di Puglia:** 28 unità produttive registrate nella produzione di biancheria intima e 6 nella produzione di maglieria intima;
- **Corato:** 5 unità produttive registrate nella produzione di biancheria intima e 17 nella produzione di maglieria intima.

³ Fonte: Infoimprese, 2003

1.1.2. 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, come si è già accennato, 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 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, assenza di capacità commerciali e concorrenza esasperata sui prezzi.

In termini generali queste imprese operano nelle **fasce medie e basse del mercato**, sia in termini di prezzo che 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.

1.1.3. Sistema di offerta

Nel suo complesso, il sistema di offerta delle imprese attive nel comparto dell'intimo appare sufficientemente articolato e differenziato in base alle principali tipologie di lavorazione:

- **confezione di abbigliamento intimo** che comprende prevalentemente la produzione di lingerie da donna (slip, sottoveste, reggiseni), boxer da uomo ed intimo notte (pigiameria, camice da notte);
- **produzione di maglieria intima** che riguarda invece la produzione di capi in tessuti a maglia (magliette intime, mutande, slip, tute da notte).

1.1.4. Aziende leader e/o raggruppamenti d'impresa

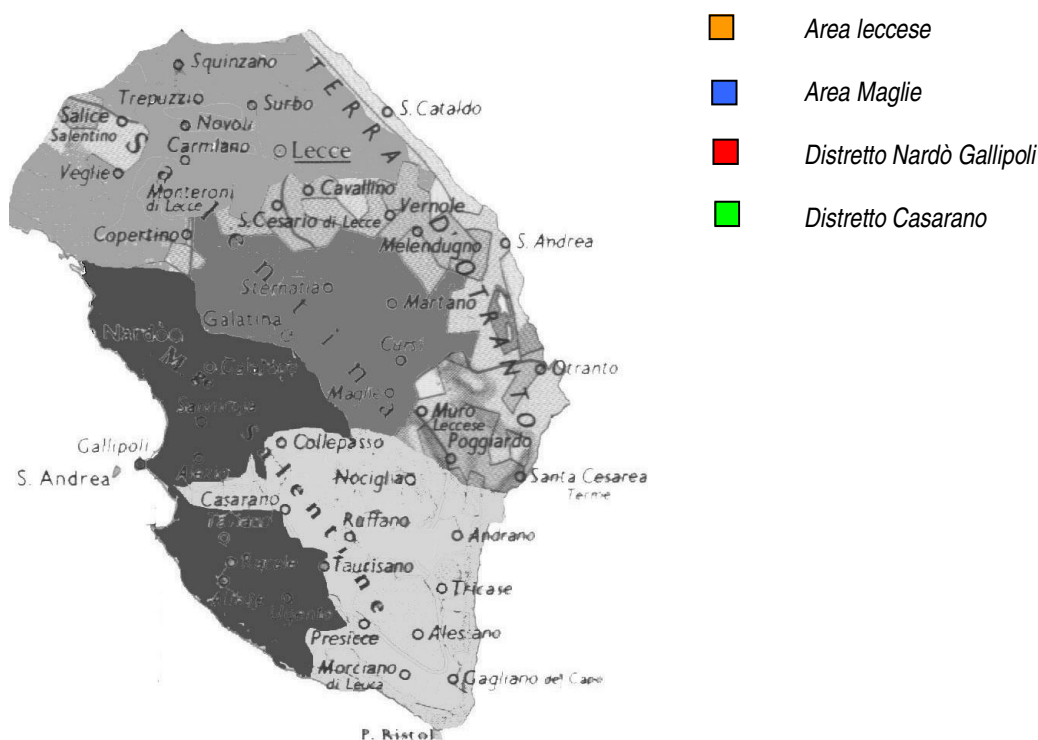
Si segnala infine, la presenza sul territorio delle seguenti aziende di spicco che presentano una qualificata gamma di offerta con marchi propri, nonché una discreta esperienza sui mercati esteri.

Azienda	Sede	Sito Internet	Specializzazione produttiva	Marchi aziendali
Igam S.p.A.	Via Pozzillo 70053 Canosa di Puglia (BA) Tel. 0883-669611 Fax 0883-669624	www.igam.it	Produzione di maglieria intima ed abbigliamento intimo uomo/donna/bambino	<i>Nottingham Le Donne Bimbissimi Filosofia Piero Milani</i>
Diben Lingerie S.r.l.	Strada del Carro, 4 70052 Bisceglie Tel. 080-3958211 Fax 080-3958151	www.diben.it	Produzione di biancheria intima da notte (vestaglie, pigiami, canotte, baby doll, parisienne) e completi mare da donna.	<i>Diben</i>
Andra Lingerie	Via Rosolino Pilo, 20 70031 Andria Tel. 0883-542541	www.andralingerie.it	Intimo donna (lingerie)	<i>Andra lingerie</i>
Naomi Rose s.r.l.	Zona ASI Lotto 4 – Maglia A 70056 Molfetta (BA) Tel. 080-338.58.21 Fax 080-338.58.40	www.naomirose.it	Intimo donna (lingerie)	<i>Naomi Rose</i>
Confezioni Di Chio S.r.l.	S.P. Andria-Trani km. 2,500 70031 Andria (BA)	www.confezionidichi.it	Intimo donna/donna/bambino	<i>Di Chio Mainudo Mainuda Dopium DC Pupini</i>

1.2. La struttura della produzione nel Sud Salento

Il territorio del Sud Salento interessato dalle specializzazioni produttive nel settore tessile-abbigliamento si riconduce al distretto industriale di Nardò-Gallipoli che scende lungo la costa ionica del basso Salento, raggruppando 14 comuni della Provincia sud-orientale di Lecce.

Mappa del territorio del Sud Salento



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;
- il polo industriale di Racale-Melissano che risulta tra i **leader mondiali nel settore tessile per quanto riguarda la specializzazione nella produzione di calzetteria.**

Tabella 3
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 calzetteria)	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

Nell'area complessiva che delimita il polo Racale-Melissano, risultano attive **174 imprese nella produzione di articoli di calzetteria a maglia⁴**.

1.2.1. Scelte organizzative e posizionamento di mercato

In relazione agli orientamenti organizzativi e di mercato espressi dai rispettivi 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 per committenti nazionali ed esteri, oltre che per gli operatori della distribuzione organizzata che adoperano politiche di "private label".

Ciononostante, gli elevati livelli di esperienza e know-how tecnico acquisiti dalle imprese locali permettono loro di **offrire servizi produttivi "a ciclo completo"** (dal design alla produzione e confezionamento delle calze) con elevati standard tecnologici ai propri committenti.

Inoltre, alcuni operatori locali hanno da tempo lanciato delle linee di calze da uomo-bambino a marchio proprio, indirizzate prevalentemente al canale del dettaglio specializzato.

⁴ Fonte: dati Infoimprese, 2003.

1.2.2. Sistema di offerta

La gamma di offerta presentata dalle imprese specializzate tende a coprire un ampio spettro di articoli che si possono distinguere prevalentemente in due categorie:

- **calze di tipo sportivo e per il tempo libero** (calze in spugna ed in tessuto tecnico);
- **calze di tipo classico da uomo/bambino** (calze in filato di lana, cotone, ecc.).

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

1.2.3. Aziende leader e/o raggruppamenti d'impresa

In questo contesto, si distinguono alcune realtà produttive significative che producono per le marche commerciali delle grandi catene della distribuzione organizzata in Italia ed all'estero e/o con politiche di marchio proprio.

Azienda	Sede	Sito Internet	Specializzazione produttiva	Marchi aziendali
Megatex S.r.l	Via Cima D'Aosta (Z.I.) 73055 Melissano (LE) Tel. 0833-58.85.70	www.megatex.it	Calze sportive e tempo libero	
Calzificio Ala	Via Mazzini, 142 73055 Racale (LE) Tel. 0833-58.51.10 Fax 0833-58.38.57	www.arealevante.com	Calze classiche uomo/bambino Calze sportive	Ala
Ci-enne	Via Foggia 10/12 73055 Racale (LE) Tel. 0833-58.31.46 Fax 0833-55.20.19	www.ci-enne.it	Calze sportive e tempo libero	
Blueprint S.p.A.	Z.I. 73042 Casarano (LE) Tel. 0833-50.19.05 Fax 0833-50.12.95		Calze classiche uomo/bambino Calze sportive	

Si segnala infine, la presenza del **Consorzio COPAC**, con sede nella Zona Industriale di Casarano, promosso da un gruppo di PMI del distretto (attualmente 21), oltre ad alcune amministrazioni locali, la Camera di Commercio di Lecce, la Banca del Salento e la Banca Popolare Pugliese, con finalità legate allo sviluppo comune di iniziative di ricerca, formazione e gestione dei processi di approvvigionamento di materie prime.

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 e 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.

Diversi comuni pugliesi interessati dalle aree di produzione a vocazione specialistica nel settore tessile-abbigliamento hanno partecipato, seppure in misura variabile, a numerose iniziative per la promozione dello sviluppo locale integrato, realizzate nell'ultimo quinquennio.

Tra le esperienze più significative si segna il **Patto Territoriale per l'Occupazione Nord Barese Ofantino** che ha coinvolto molti comuni dell'area del nord barese ed attualmente sta promovendo una serie di azioni di contesto per l'internazionalizzazione e l'innovazione delle imprese da sostenere attraverso la costituzione di un'agenzia locale per l'innovazione e l'internazionalizzazione.

Sul versante invece del potenziale impegno dei fondi strutturali messi a disposizione della Puglia nell'ambito del Quadro Comunitario di Sostegno 2000-2006 dell'UE, si individuano due strumenti prioritari di intervento nell'ambito di quanto previsto dalla relativa programmazione regionale che potrebbero dare un importante impulso agli sforzi di internazionalizzazione del tessuto economico locale:

- il **Programma Operativo Regionale Puglia 2000-2006** che promuove varie linee di assistenza a favore dello sviluppo della competitività delle imprese, anche in ambito internazionale;
- il **Programma Integrato Territoriale "Nord Barese"** che interessa il distretto della Conca Nord Barese ed il **Programma Integrato Territoriale "Territorio Salentino-Leccese"** che coinvolge il distretto di Casarano, i quali sulla base di partenariati sociali, s'indirizzano alla programmazione ed alla gestione degli strumenti di intervento disponibili per formulare iniziative di sostegno dell'economia locale, anche in relazione ai relativi processi di internazionalizzazione.

Si segnala, inoltre un'iniziativa specifica condotta a livello territoriale 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"*.

Allo 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

Risulta difficile delineare l'esperienza e la vocazione all'internazionalizzazione espresse dalle imprese dei due distretti interessati dalla produzione di abbigliamento intimo per via del fitto intreccio di relazioni con le aziende del Centro-Nord che, nelle rispettive vesti 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 dal sistema produttivo.

3.1. Andamento degli scambi commerciali

Sebbene i rapporti esteri di molte delle imprese specializzate risultano essere "mediati" dai rispettivi committenti, il crescente interesse espresso dalla grande distribuzione organizzata a livello internazionale per la capacità produttiva della zona, specie in relazione all'ampio mix di prodotti di qualità disponibili a prezzi competitivi, 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:

- le imprese attive nella provincia di Bari sviluppano il 51% delle esportazioni regionali di prodotti tessili ed il 34% di quelle articoli di vestiario;
- le imprese specializzate presenti sul territorio leccese contribuiscono per il 41% alle esportazioni pugliesi di prodotti tessili e per il 47% all'export di vestiario.

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.** Anche in questo caso, l'attività di importazioni si è concentrata nelle due province di Bari (58% del valore complessivo regionale) e Lecce (25% del valore complessivo regionale).

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.

Tabella 4
Scambi commerciali nel settore tessile-abbigliamento per provincia, 2002
(valori in milioni di Euro)

	Industrie tessili (compreso maglieria intima e calzetteria a maglia)			Confezione di articoli di vestiario (compreso abbigliamento intimo)			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 con la 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, come evidenzia la graduatoria dei principali paesi partner pugliesi nell'export.

In questa zona, i principali mercati continuano ad essere quelli "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 5**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, come dimostra la relativa graduatoria dei principali paesi partner per la Puglia.

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 6
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 nella graduatoria dei 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 7**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

Fonte: elaborazioni ICE su dati Istat, 2002

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.

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

Paese	Importazioni		Esportazioni	
	Valore	Var (%)	Valore	Var (%)
Turchia	28.197	-3,91	1.071	56,07
Spagna	18.475	-6,7	2.165	6,81
Francia	17.152	1,23	16.933	45,9
Germania	7.392	-14,85	14.170	-17,58
Paesi Bassi	4.586	-35,08	14.950	16,72
Ceca (Repubblica)	4.065	6,61	368	655,33
Belgio	4.012	36,97	3.282	-14,18
India	3.435	-10,48	19	-31,61
Cina	3.212	54,03	48	57,22
Pakistan	3.205	54,19	0	
Vietnam	3.010	61,44	991	-1,48
Romania	2.843	-25,56	3.624	-27,51
Portogallo	2.762	22,41	1.157	66,8
Grecia	2.201	39,45	5.411	21,7
Corea del Sud	1.937	-31,23	178	-0,52
Giappone	1.802	-24,82	292	-26,4
Taiwan	1.577	59,36	420	67,99
Slovenia	1.490	106,27	389	-40,96
Austria	1.250	-28,74	807	8,85
Stati Uniti	1.244	11,66	3.827	18,08

Fonte: elaborazioni ICE su dati Istat, 2002

3.2. Andamento dei flussi IDE

L'interesse verso i mercati esteri da parte degli imprenditori del settore tessile-abbigliamento in Puglia si è caratterizzata 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 di manodopera, 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'intimo, si sono sviluppate diverse esperienze di decentramento in alcuni Paesi del Sud Est Europa, come la Romania e la Bulgaria, dove la presenza di una tradizionale specializzazione produttiva nella produzione di corsetteria ed intimo strutturato 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.

I produttori di calzetteria hanno guardato invece più lontano, verso Paesi come l'India per ricercare partner produttivi in grado di realizzare prodotti standardizzati, come le calze sportive in spugna, a prezzi bassissimi.

In termini generali, la complessità della gestione dei rapporti con i produttori esteri e l'esito non sempre positivo delle relazioni d'affari istaurate 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'intimo, 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 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 intimo e calzetteria 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 non appare pienamente espressa in quanto, sebbene gli operatori siano in grado di presidiare tutte le fasi tecniche necessarie per garantire la qualità della propria produzione, spesso esprimono 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 intimo e calzetteria, 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 delle collezioni di intimo/calze "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 specializzata</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>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>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"/> L'ipotesi di realizzazione del Corridoio di trasporto transeuropeo n.8 che collegherà la Puglia ai Paesi del Sud Est Europa <p>Diffondere e sostenere i processi di innovazione, sfruttando sia la presenza di qualificati centri di ricerca, sia gli strumenti di agevolazioni 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>