

■ SMI / La Federazione Tessile e Moda è oggi una delle maggiori organizzazioni mondiali di settore

Internazionalizzazione e competitività

Queste le sfide che devono affrontare migliaia di piccole realtà per superare la crisi



Michele Tronconi

Smi, Sistema Moda Italia (Federazione Tessile e Moda) è dal 2007 l'organo di rappresentanza del settore Tessile Abbigliamento italiano, dopo l'accorpamento delle precedenti associazioni di categoria e di Federtessile. Oggi è una delle maggiori organizzazioni mondiali di settore, con oltre 430mila addetti suddivisi in oltre 50mila aziende. E con questi numeri è giustamente considerata la voce di una componente essenziale del tessuto economico e manifatturiero italiano. La situazione attuale di crisi generale dei mercati sta mettendo a dura prova diverse categorie industriali, e anche il tessile e l'abbigliamento. Se da una parte l'alta moda ita-

liana resiste, dall'altra vi sono migliaia di piccole e medie imprese, nei diversi comparti, che soffrono ormai da diversi anni.

I dati riportati dal presidente di Smi, Michele Tronconi, durante un recente discorso sono davvero allarmanti: il 40% delle imprese del settore ha avuto bilanci in perdita nel 2011, molte hanno chiuso, causando minore produzione e minore occupazione; tra il 2007 e il 2011 la produzione è crollata del 16%, con un ulteriore arretramento del 10% nel 2012, mentre l'occupazione è calata del 13%.

Ma la Federazione, che si propone di "tutelare e promuovere gli interessi del settore e dei suoi associati" non può fermarsi a una mera raccolta di dati negativi; al contrario, ha il dovere di individuare i problemi, e soprattutto deve tracciare la strada per trovare possibili soluzioni. "Oggi le sfide da affrontare e vincere sono senza dubbio l'internazionalizzazione e il recupero della competitività delle realtà produttive del Paese" afferma convinto Tronconi.

A fronte di un calo preoccupante della domanda nel mercato europeo, la prospettiva di fatturato si sposta verso i paesi extraeuropei. Non solo verso la Cina, ma anche verso "una crescente quota di popolazione benestante in stati come la Russia e il Brasile, senza tralasciare la ripresa dei

consumi negli Usa e in Giappone".

Va detto che l'interesse del mercato extraeuropeo è orientato verso un prodotto di fascia alta, e non soddisferebbe l'intera produzione industriale italiana. Eppure è un dato concreto, e rappresenta una opportunità da coltivare. "Siamo sulla strada giusta e allo stesso tempo non lo siamo affatto - continua Tronconi - e da questo secondo punto di vista la responsabilità non è delle imprese". A preoccupare il presidente dell'Smi sono essenzialmente due aspetti: i costi di produzione troppo alti in Italia, e l'eccessiva burocrazia che spesso blocca le aziende, sia sul fronte della farraginosità e onerosità degli adempimenti, sia delle decisioni troppo lente da parte della Pubblica amministrazione, a qualsiasi livello, così come dei tanti controlli ispettivi e delle connesse sanzioni, forti dell'inversione dell'onere della prova. Quando poi, anche sul fronte degli accertamenti tributari, le statistiche dimostrano che in fase di appello quasi il 50% dei casi si risolve a favore delle imprese.

Tornando ai costi di produzione, le buste paga dei dipendenti eccessivamente tassate e il costo del lavoro che rimane a carico delle imprese italiane non aiuta certo a prendere al volo le occasioni che si presentano nei mercati esteri. E

non si tratta solo di questo. Un altro esempio molto significativo è quello relativo al fabbisogno di energia, il cui costo è continuato ad aumentare durante gli anni di crisi, nonostante che fosse già del 30% superiore a quello in vigore presso gli altri partners europei.

"Ma la soluzione non sono le sovvenzioni - spiega Tronconi - come quelle elargite per il fotovoltaico, bensì una sinergia tra mano pubblica e mano privata". Smettere dunque di limitarsi alle parole, ma dare finalmente vita a progetti infrastrutturali, come quelli per la banda larga ovunque, senza zone soggette a digital divide. Tutte forme di aiuto essenziali per quelle piccole realtà che fanno fatica a raggiungere il cliente geograficamente lontano.

In conclusione, da una parte si intravede un mercato mondiale ancora vivo e interessante, dall'altra le aziende chiudono perché non riescono più a essere competitive. Proprio su questo punto si deve intervenire e produrre una netta inversione di tendenza. Senza una risposta responsabile da parte della politica, però, l'obiettivo è irraggiungibile, e Sistema Moda Italia continuerà incessantemente la sua attività fino a ottenere la necessaria attenzione al tema della ripresa del proprio settore e di tutti i suoi comparti.