

BPER Banca analizza il comparto: non è grande ma ha una forte proiezione verso i mercati esteri e ha saputo fare rete. E il trend mondiale resta positivo

La moda a Parma: secoli di storia e nuove sfide

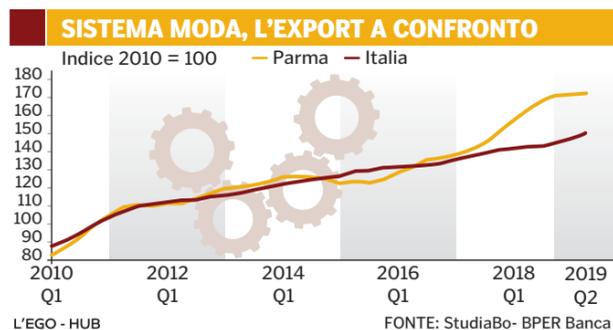


BPER
estero

Uno strumento importante nella strategia di BPER Banca per le imprese è il portale bperestero.it, che offre informazioni utili per le imprese, come le analisi su mercati, settori e prodotti, e che rappresenta un primo interfaccia tra banca e azienda per spunti operativi in tema di export. Il modello a sostegno dell'imprenditoria che si rivolge ai Paesi esteri è partito a gennaio 2014: sono già pervenute all'Ufficio Mercati Internazionali circa 1.800 richieste per l'attivazione di una consulenza da parte del network di esperti BPER, di cui circa il 14% si è concretizzato in mandati già conferiti. Il portale viene aggiornato almeno quattro volte l'anno.

Siamo al sesto approfondimento realizzato in collaborazione con BPER Banca sul tema delle esportazioni con riferimento specifico alla provincia di Parma. Il settore è la moda.

Con poche imprese e pochi addetti, il settore della moda di Parma fattura all'estero oltre mezzo milione di euro, contribuendo significativamente alle esportazioni della provincia. L'industria di Parma non è certamente specializzata nella moda: in qualche decina di piccole e medie imprese lavorano non più di 3000 addetti. Niente a che vedere con i grandi distretti della moda di Milano, Firenze, Treviso o Vicenza. Ciò nonostante, la moda di Parma si caratterizza per una forte proiezione verso i mercati esteri. Tramite il consorzio Parma Couture, la maggior parte delle imprese parmensi ha saputo, infatti, fare rete, coniugando strategie di diversificazione con progetti di focalizzazione su specifici mercati, ad elevata potenzialità. La proiezione verso l'estero si è, inoltre, ampliata negli anni più recenti. Confrontando la dinamica delle esportazioni di moda della provincia di Parma con quelle delle esportazioni italiane si evidenzia un loro sostanziale allineamento fino al 2015, seguito da una fase in cui le esportazioni di Parma sono aumentate ad un tasso significativamente maggiore.

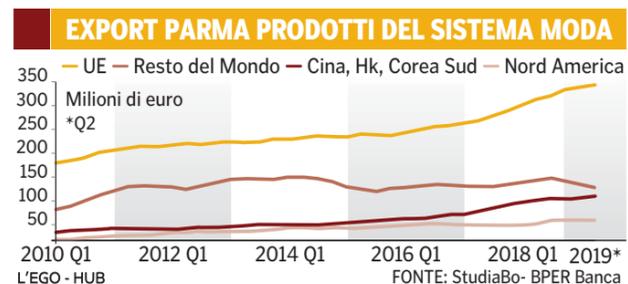


La proiezione della moda di Parma verso l'estero è il risultato di una lunga storia che risale alle fine del '700, quando il Ducato di Parma e Piacenza iniziò ad attirare artigiani dall'estero, per allargare e sviluppare le competenze professionali del territorio. Grazie alle elevate competenze, a partire dalla seconda metà del secolo scorso lo sviluppo dei settori produttivi italiani della moda ha interessato anche il territorio di Parma. Infine, all'inizio di questo secolo, senza le elevate competenze professionali presenti nel territorio, non sarebbe stato possibile quel continuo upgrading qualitativo che ha consentito anche al comparto parmense di resistere alla crescente competizione portata sui mercati mondiali dai produttori a basso costo del lavoro. In questi anni è aumentata la generale consapevolezza dell'importanza di saperi distribuiti per poter

competere in un mondo sempre più globalizzato, come dimostra la presenza di indirizzi specifici per il Sistema Moda negli istituti professionali del territorio.

I MERCATI DI SUCCESSO

L'Unione Europea è di gran lunga il principale mercato di sbocco per le imprese del sistema moda di Parma, come si evince dal grafico che segue. Nel 2018 le esportazioni verso i paesi dell'Unione si sono avvicinate ai 350 milioni di euro. Francia e Germania guidano la classifica dei principali paesi di esportazione. Seguono Regno Unito, Spagna e Olanda. Negli ultimi anni, le economie dell'Europa Centro Orientale, con Polonia e Repubblica Ceca in testa, hanno avuto un ruolo crescente, con tassi di aumento delle vendite prossimi al 20%.



Lo stesso grafico mette in risalto, inoltre, l'importanza delle vendite verso la Cina, Hong Kong e Corea del Sud. Dopo anni in cui le esportazioni verso il Celeste Impero sono aumentate a tassi modesti, in linea con quelle destinate al Nord America, con il 2016 si è avviato un trend significativo di crescita che ha portato le esportazioni verso i tre mercati asiatici a distanziare nettamente quelle verso il Nord America e a superare, nel 2018, i 100 milioni di euro.

Grazie ai successi in Unione Europea, in Cina, Hong Kong e Corea del Sud, le esportazioni di Parma hanno registrato tassi di crescita superiori a quelli medi italiani, compensando il trend decrescente delle esportazioni parmensi verso il Resto del Mondo. Negli ultimi anni hanno accusato diminuzioni significative le esportazioni verso la Russia e la Turchia, mercati accomunati da un forte deprezzamento del cambio che ha ridotto il potere d'acquisto di prodotti dall'estero. A questi si sono aggiunti i paesi del Golfo Persico, le cui importazioni di moda da Parma si sono quasi dimezzate, complice la caduta del prezzo del petrolio. Infine, degna di nota è la forte diminuzione delle esportazioni verso Singapore, la cui motivazione sembra, tuttavia, doversi ricercare in strategie commerciali che hanno privilegiato l'approccio diretto ai grandi mercati asiatici, disintermediando gli importatori di Singapore.

PROSPETTIVE POSITIVE

Il sistema moda è strettamente legato al comparto dei prodotti per la persona. Il commercio mondiale di questi beni ha registrato un cambiamento di trend all'uscita della crisi del 2008, raddoppiando i propri livelli nell'arco di un decennio. Questo trend è proseguito anche durante l'indebolimento in atto dell'economia mondiale e, a maggior ragione, proseguirà nei prossimi futuro, quando saranno superate le attuali cause di incertezza economica.

All'origine di questo shift di trend vi è il cambiamento in atto nei fattori sta stanno guidando il processo di globalizzazione dell'economia mondiale. Se, infatti, il periodo tra il 1990 e il 2010 è stato caratterizzato dallo spaccettamento delle fasi di produzione con la delocalizzazione di quelle labour intensive verso i paesi a basso costo del lavoro, nella fase attuale sembrano dominare fattori più legati al potenziamento delle leve di marketing internazionale, resi possibili dalle nuove tecnologie digitali e di comunicazione. In questo contesto, le potenzialità internazionali per il «bello e ben fatto» della moda parmense non possono che aumentare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

