

VareseNews

Il tessile non è solo brand e prezzo

Pubblicato: Venerdì 5 Aprile 2013

In alcuni paesi come **Cina, Russia e Brasile** bisogna esserci, soprattutto se l'economia del Vecchio Continente non cresce. **I dati resi noti durante l'assemblea** dei gruppi merceologici della filiera tessile e del settore dell'alimentazione e bevande di **Univa** parlano chiaro: **l'export** del tessile-abbigliamento varesino lo scorso anno è calato del **4,9%** con l'unica eccezione del comparto pelletteria che ha fatto registrare un balzo dell'export pari al **36,5%**.



La **crisi** ha toccato anche il settore **alimentare**, anticiclico per eccellenza, come spiega il presidente del gruppo merceologico **Angela Ribolzi**. «È stato un anno difficile – dice l'imprenditrice – con un calo dei consumi alimentari che oscilla tra il **5 e 6 per cento**. Una novità per un settore che non segue le dinamiche degli altri. Se si osservano i carrelli della spesa, si nota che sono meno carichi e soprattutto che sono aumentati i consumi di prodotti base, come ad esempio la farina, rispetto ai prodotti già lavorati. Per le imprese **internazionalizzarsi**, che non vuol dire **delocalizzare**, è **un'opportunità** soprattutto quando hai un sistema associativo come Univa che ti dà un supporto in ogni passaggio e organizza missioni mirate nei nuovi mercati, so che a breve ne farà una in Cina. Insomma, per noi imprenditori è una bella boccata di ossigeno».



Remo Mazzetti, presidente del gruppo maglie, abbigliamento e calzature, si è identificato molto con **l'identikit** tracciato dalla **ricerca del Centro studi di Confindustria** sull'export del made in Italy. «I veicoli per internazionalizzazione di cui ha parlato la ricercatrice **Manuela Marianera** – sottolinea Mazzetti – funzionano, soprattutto se hai una piccola azienda come la mia, di soli **10 dipendenti**. Per noi le **fiere** sono un momento importante per vendere i prodotti, prendere contatti e capire cosa fanno gli altri. Ritengo inoltre affascinante e anche molto concreto il **contributo** che puo' dare la **cultura italiana** alla diffusione dei nostri prodotti. Il **cinema** e soprattutto il **turismo** sono elementi trasversali che se presi in considerazione possono aiutarci molto».

Quando si parla del tessile in provincia di Varese, da almeno vent'anni, si associa in automatico la parola **crisi**, mentre ci si trova di fronte a un cambiamento strutturale del settore. «È indubbio che la **filiera** in questi anni ha subito contraccolpi con numeri importanti – conclude Mazzetti -. La rete però, e mi riferisco a **internet**, ci ha aiutato molto a riorganizzarla e a uscire da una condizione un po'

minimalista per affacciarsi su mercati interessanti come quello russo e cinese».



C'è chi nella filiera del tessile si inserisce «**a pettine**», cioè in più fasi della lavorazione, esclusa quella della confezione. Una flessibilità che un tempo, quando il settore era florido, rappresentava un vantaggio. «Per noi internazionalizzare è un po' difficile – spiega **Piero Sandroni** presidente del gruppo tintorie, stamperie e finissaggio tessile – perché abbiamo **costi fissi troppo alti**, questo significa che sopra il **break even (punto di pareggio ndr)** abbiamo **grossi guadagni**, al di sotto, **grosse perdite**. C'è un aspetto però che mi preme sottolineare: il consumatore finale del prodotto tessile non si rende conto di quante grandi **innovazioni** vengono fatte nella nobilitazione delle fibre e dei tessuti. È un campo di ricerca sterminato che però non siamo riusciti a comunicare, gli unici messaggi che sono passati sono stati il **brand** e il **prezzo**. Inoltre, l'operazione più subdola fatta nei confronti degli imprenditori italiani è averli trascinati proprio sul piano del prezzo e non sulle caratteristiche di fibre e tessuti».

Sandroni introduce il tema della **qualità** che è legato soprattutto alla ricerca. «In provincia di Varese – continua l'imprenditore – abbiamo il **Centrocot** che è uno straordinario laboratorio di ricerca. Basti pensare che ha al suo attivo **450 prove** di laboratorio accreditate in Italia, il secondo ne ha solo 90. Per crescere bisogna credere nella ricerca, **facendo sinergia tra i vari centri**, come accade in Francia».



Anche **Giovanni Salvati**, presidente del gruppo filature e tessiture, è convinto che la via da seguire sia la ricerca della qualità migliore. «Ai clienti bisogna dare **buoni** prodotti – dice l'imprenditore-. Oggi in azienda ci sono i miei figli, è la terza generazione, hanno studiato alla **Liuc** e quindi sono molto sensibili ai temi relativi all'internazionalizzazione e all'export, sapendo però che il punto di partenza è sempre la **qualità del prodotto che proponi**. E per avere un buon prodotto devi avere dei buoni fornitori di filati che devi cercare nel posto giusto. Purtroppo però quando la filiera ha molti buchi a volte sei costretto a subire una violenza sul prezzo».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it