

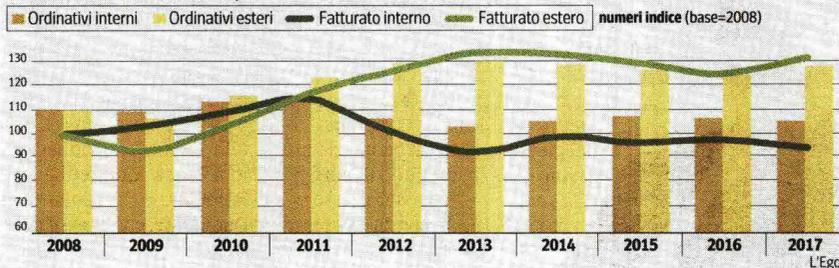
SCARPE UN'ITALIA DA ESPORTAZIONE

Il mercato domestico non riparte, ma le vendite all'estero hanno raggiunto nel 2017 il livello record di 9,5 miliardi di euro. Ovvero 211 milioni di paia di scarpe andate lontano

di **Isidoro Trovato**

Dove vanno le scarpe

Nuovi ordinativi e fatturato dei prodotti calzaturieri



Le scarpe corrono lontano dall'Italia. Nonostante la lunga crisi che ha colpito l'intera industria manifatturiera e l'ingresso della Cina nei mercati internazionali, le nostre imprese calzaturiere sono state in grado di resistere e reinventare la propria produzione, puntando sempre di più su fasce di mercato alte e sui mercati esteri.

Un comparto che ha retto (con qualche perdita) nei momenti di maggiore fibrillazione e che oggi rappresenta ancora una voce attiva del made in Italy. Infatti, negli ultimi 10 anni la crescita delle esportazioni calzaturiere è stata maggiore rispetto a quella che ha coinvolto l'intero sistema moda. Non bisogna dimenticare, infatti, che circa il 19% della produzione venduta e del valore dell'export realizzato dall'intera moda è da attribuire all'industria calzaturiera. Numeri ancora più rilevanti in considerazione del fatto che solo il 14% delle imprese attive è specializzata nella produzione di calzature, impiegando appena il 17% degli occupati attivi nel settore.

All'estero

Malgrado la ripresa del settore sia lenta, è quasi totalmente trainata dal crescente ruolo dell'export e della domanda estera. Infatti, a fronte di una richiesta interna stagnante, l'export nel 2017 ha registrato un nuovo record, con un valore pari a 9,5 miliardi di euro, equivalente a 211,1 milioni di paia di scarpe. Trend positivo che si conferma anche nei primi 9 mesi del 2018, in cui si registra una ulteriore crescita del 2,4% dell'export (in rapporto ai primi 9 mesi dell'anno precedente). Tale dinamica è evidente se si considera che nel 2017 quasi 9 paia di scarpe su 10 realizzate in Italia sono state esportate, segno che le im-

prese, per resistere alla crisi economica, hanno indirizzato la propria produzione ai mercati esteri. Ciò è stato determinato anche da una contrazione ormai sistemica dei consumi interni, che da ormai 10 anni registrano continui cali. Nel 2017 infatti gli acquisti sia in quantità che in valore restano stagnanti.

La fascia lusso

Il mondo calzaturiero sa bene che a sopravvivere è sempre l'animale che sa adattarsi e quindi il comparto ha presto virato verso la fascia lusso facendo valere il fascino e la qualità del made in Italy.

«Il nuovo assetto competitivo internazionale, influenzato dall'ingresso dei Paesi emergenti sul mercato, e la crisi economica — spiega Marco Preti, amministratore delegato di Cribis — hanno spinto le imprese calzaturiere a ripensare l'offerta e il proprio posizionamento competitivo. Essendo impossibile competere sui modelli a basso costo, data l'aspra concorrenza di Paesi come la Cina e il Vietnam, la naturale conseguenza è stata quella di posizionarsi su

nicchie di mercato di fascia di prezzo alta, puntando sulla tradizione produttiva italiana da sempre focalizzata sulle calzature di cuoio. Negli ultimi 7 anni la distribuzione della produzione venduta è rimasta pressoché invariata: oltre il 60% è rappresentato dalle calzature in cuoio. Leggero recupero di quota si registra per le calzature in plastica e/o gomma e per quelle sportive: sia in valore che in quantità sono le categorie produttive che più sono cresciute, ma la loro incidenza sulla produzione venduta rimane minima».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Cribis
L'amministratore delegato
Marco Preti

