

**UNIONCAMERE**

**SECONDO I DATI DEL IV RAPPORTO DELL'OSSERVATORIO NAZIONALE DEI DISTRETTI ITALIANI, NEL 2012 IL 52% DEL LORO FATTURATO È STATO CONSEGUITO ALL'ESTERO**

# Rallenta ma non si ferma l'export dei distretti

**N**onostante il rallentamento della domanda internazionale, l'export rappresenta ancora oltre la metà del fatturato delle imprese dei distretti: a questi "campioni dell'Italian Style" fa riferimento ancora oggi più di un quarto delle vendite estere di tutto il sistema Paese. È questo il quadro delineato dal IV Rapporto sui distretti italiani, frutto del lavoro congiunto di Unioncamere, Federazione dei distretti italiani, Intesa Sanpaolo, Banca d'Italia, Censis, Cna, Confartigianato, Confindustria, Fondazione Edison, Fondazione Symbola e Istat.

"Lo scenario di crisi che si protrae ormai da tempo - sottolinea il Presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanello - impone alle imprese distrettuali un nuovo salto di qualità, con l'innesto di nuove competenze che uniscano a quel 'saper fare' specifico ereditato da secoli e 'figlio' dei territori, un plus di conoscenze di processi, di prodotti e di mercati. Questa strategia passa necessariamente attraverso il capitale umano, favorendo gli investimenti in percorsi formativi più adatti alle esigenze delle imprese".

Se si analizzano più nel dettaglio le vendite estere, nei primi nove mesi del 2012 la crescita è stata pari a circa il 2% (10,5% nel 2011), in seguito all'incremento del 5,3% verso i Paesi extra-Ue e alla diminuzione dell'1% verso i Paesi UE. Tale rallentamento non interessa tuttavia l'intero sistema distrettuale: se 39 distretti hanno registrato una riduzione delle vendite estere, i rimanenti 62 hanno invece assistito ad un incrementare del loro export.

A livello settoriale, si osserva la flessione del comparto automazione-meccanica (-3,1%), la tenuta dei comparti abbigliamento (+1,7%) e arredo-casa (+2,9%), la crescita dell'alimentare-vini (+6,9%) e il sensibile aumento dell'hi-tech (+14,9%). Se guardiamo invece alle sole esportazioni extra-UE, sono i distretti dell'abbigliamento-moda (+12,6%) e dell'arredo-casa (+9,4%) a registrare le migliori performance.

Ancora numericamente rilevanti (47) sono i distretti che nei primi nove mesi del 2012 hanno superato i livelli di export registrati nel 2008, prima della crisi: di questi, ben 17 appartengono al comparto abbigliamento-moda, 13 al comparto alimentare e 9 all'automazione-meccanica. Inoltre, 20 distretti hanno aumentato l'export del 2008 più del 20%, con punte dell'80% per i prodotti dell'industria casearia di Parma, del 77% per l'elettronica di Catania, del 35,9% per la pelletteria fiorentina. Dati ottimistici per il futuro: il 37,4% delle imprese operanti nei 101 distretti si attende un incremento degli ordinativi esteri. La ripresa dell'export si confermerebbe trainata dai Paesi extra-UE (USA, Russia, Cina, Giappone), mentre tra i Paesi UE tiene ancora bene il mercato tedesco (che da solo concentra quasi la metà delle segnalazioni di incremento relative all'insieme dei mercati UE). ●



## District Exports Slow Down But Keep Going

**According to the National Observatory's 4th Annual Report of Italian Districts, in 2012 52% of their total sales took place abroad**

**D**espite a decline in international demand, exports continue to represent more than half of the total sales for businesses operating in Italian industrial and productive districts; and, even today, more than a quarter of all of Italy's exports are produced by these 'champions of Italian Style.' This is the situation as described in the 4th Annual Report of Italian Districts, compiled by Unioncamere, the Italian District Federation, Intesa Sanpaolo, Banca d'Italia, Censis (the Italian social study and research institute), CNA (the National Confederation for the Craft Sector and SMEs), Confartigianato, Confindustria, the Edison Foundation, the Symbola Foundation, and ISTAT.

"The ongoing economic crisis," stated Ferruccio Dardanello, the President of Unioncamere, "requires our district enterprises to make another leap in quality, with the addition of new skills which unite the 'know how' of centuries with the knowledge of manufacturing processes, products, and markets. This is a strategy which must take advantage of human capital in the form of investments in training courses tailored to the needs of businesses."

If foreign sales are analyzed more closely, then we see that in the first nine months of 2012 their increase was equal to approximately 2% (10.5% in 2011), following an increase of 5.3% in non-EU countries and a decrease of 1% within the EU. Nonetheless, this slackening does not apply to the entire district system: while 39 districts registered

a reduction in their foreign sales, the other 62 actually experienced and increase in their exports.

Looking at individual industries, we see a decrease in the automation-mechanics sector (-3.1%), stability in the clothing (+1.7%) and home furnishings (+2.9%) sectors, growth in the food-wine sector (+6.9%), and a notable increase in the hi-tech sector (+14.9%). On the other hand, if we look solely at extra-EU exports, the clothing-fashion (+12.6%) and the home furnishings (+9.4%) districts are those that register the strongest sales.

Also numerically relevant are the 47 districts which, in the first nine months of 2012, exceeded the level of exports which they registered in 2008, before the economic crisis: of these, 17 operate in the clothing-fashion sector, 13 in the food-wine sector, and 9 in the automation-mechanics sector. Furthermore, 20 districts have seen an increase of 20% in their exports with respect to 2008, with extremes of 80% for Parma's cheese industry, 77% for Catania's electronics industry, and 35.9% for Florence's leather industry.

An optimistic prediction for the future: 37.4% of businesses operating in 101 districts expect an increase in their foreign orders. This recovery is stimulated by extra-EU countries (USA, Russia, China, Japan), while within the EU the German market is still holding strong and is, alone, responsible for almost half of the growth relative to the EU markets as a whole.