

# TESSILE E ABBIGLIAMENTO



## LE OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE ITALIANE

### VENDERE

*Tessuti e Filati:* il Vietnam è un forte esportatore di confezioni ma la filiera tessile è inadeguata. Gli approvvigionamento di tessuti, tintura, finissaggio e accessori sono effettuati prevalentemente in altri Paesi asiatici per motivi di prezzo. Alcune aziende però stanno avviando prodotti su "fascia alta" di prezzo, valutando possibili acquisti sui mercati europei

*Macchinari:* nel settore tessile sono in atto significativi investimenti per adeguare la capacità produttiva al fabbisogno da parte di investitori locali ed esteri. Il parco già installato, in genere, è di recente fabbricazione e in buono stato ma in molti casi manca l'esperienza per utilizzarli al meglio. Frequenti la richiesta di un supporto per formazione e trasferimento di conoscenza a questo scopo.

*Abbigliamento:* per aziende italiane con marchio proprio, c'è la possibilità di stipulare accordi di vendita non solo in Vietnam ma anche nei mercati confinanti (Paesi Asean etc.) con produttori locali che stanno aprendo catene di negozi che intendono qualificare con la co-presenza di marchi internazionali anche poco conosciuti. In aggiunta, questi produttori necessitano anche di apprendimento delle tecniche di design, coloriture ed elaborazione tendenze moda per la creazione di collezioni

### COMPRARE

*Abbigliamento* La maggior parte delle aziende è strutturata per produrre grossi quantitativi in conto lavorazione grazie ai bassi costi e alla eccellente qualità della manodopera. Gli ordini per vengono gestiti da traders di Hong Kong e Paesi limitrofi ostacolando il diretto collegamento con il mercato e i buyers. I produttori locali sono fortemente motivati a superare questo ostacolo. Alcuni stanno organizzando anche linee o piccoli reparti per produrre quantitativi ridotti, più adeguati alla domanda europea.

### INVESTIRE

*Abbigliamento:* costruzione di collezioni e marchi destinati al mercato interno e a quello dei Paesi Asean, Cina, Corea del Sud e Giappone.

*Tessuti e filati:* produzione di tessuti e filati speciali, attività di tintura e finissaggio

**N**ell'attività di confezione il Vietnam si colloca già nelle prime posizioni delle classifiche mondiali.

Come Paese esportatore soprattutto: *nel 2011 le vendite all'estero ammontavano secondo il Ministero dell'Industria a 15,6 miliardi di dollari* con una crescita del 38% su base annua. Primo mercato: gli Stati Uniti dove confluiscce il 50% della produzione, seguiti da Unione Europea 15% e dai diversi mercati asiatici con particolare riguardo al Giappone dove le vendite sono cresciute nel 2011 del 43% e alla Corea del Sud. I tre segmenti principali (60% della produzione) sono maglie, giacche e pantaloni. La qualità delle lavorazioni effettuate nelle fabbriche del Paese è spesso eccellente. La fascia più dinamica è rappresentata da un cospicuo numero aziende di dimensioni mediograndi, che gestiscono in spesso più fabbriche ciascuna con diverse centinaia di dipendenti e che lavorano prevalentemente su commissione. Sono in parte controllate da capitali esteri in parte da imprenditori locali e includono un cospicuo numero di ex fabbriche ex statali che sono state privatizzate. Spesso con una dotazione di macchinari sufficientemente moderna. Si aggiunge un grande numero di aziende minori con caratteristiche semiartigianali. Nel settore operano complessivamente 2.500 unità con oltre 30 dipendenti. *L'occupazione*

*complessiva è valutata in circa 2 milioni di persone.* Il Paese è sufficientemente attrezzato anche per quanto riguarda servizi di supporto: laboratori per verifiche e controlli di qualità, centri di formazione, enti di certificazione.

Eppure in Vietnam nel settore tessile e dell'abbigliamento c'è ancora moltissimo da fare e questa considerazione vale anche in termine di opportunità per le imprese italiane. Innanzitutto la filiera è incompleta: *buona parte dei materiali (l'80% circa) utilizzata dalle industrie esportatrici è importata.* Nel 2011, ad esempio, le sole importazioni di tessuti ammontavano a 6,8 miliardi di dollari (+ 23% su base annua). E questa è una lacuna che il Governo di Hanoi appare intenzionato a colmare. Per riuscirci punta in due direzioni. La prima è di attrarre nel Paese produttori tessili stranieri. E ci sta riuscendo soprattutto con sudcoreani, giapponesi e di Taiwan (tintura in fila). Tra gli italiani, finora, un solo gruppo ha risposto all'appello peraltro con piena soddisfazione: è la Carvico di Bergamo che produce tessuti elasticizzati. Lo sviluppo dell'attività di tintura e finissaggio potrebbe consentire anche l'approvvigionamento, da parte delle aziende italiane di articoli di qualità più elevata a prezzi particolarmente concorrenziali. La seconda direttrice è *il rafforzamento dell'industria tessile nazionale* che ha

dimensioni rilevanti ma con produzioni molto ‘basiche’ e che si sta gradualmente ‘staccando’ dalla tutela statale. L’obiettivo è di metterla al passo con le nuove esigenze dei mercati, con un processo graduale di privatizzazione che segue formule diverse: joint ventures con partner esteri, cessioni di aziende preesistenti a imprenditori privati stranieri o vietnamiti, nuovi investimenti. Un processo che si traduce in una domanda consistente anche per gli esportatori meccanotessili, inclusi gli italiani.

### Produzione tessile vietnamita

Prodotto	Produzione annua	Unità produttive
fibre sintetiche	180mila tonnellate	
filati	350mila tonnellate	145
Tessuti	1.000 milioni di m <sup>2</sup>	401
Tintura e finissaggio	700 milioni di m <sup>2</sup>	94

### Un mercato interno da valorizzare

Ma c’è un altro paradosso. Per quanto il Vietnam sia oggi un grande esportatore di abbigliamento, la quota preponderante del mercato interno che complessivamente vale più di tre miliardi di dollari (oltre 60mila miliari di dong) è coperta da prodotti di importazione, in massima parte dalla Cina.

Che peraltro godono, mediamente, di una pessima immagine presso i consumatori. Soprattutto presso quelli più giovani, che vivono nelle aree urbane. Ai ceti “emergenti” insomma quello che si trova oggi nei negozi ordinari, non piace. E’ questa un’altra opportunità da cogliere, tenuto conto della popolarità, anche in Vietnam, dello “Italian Style”.

La situazione si spiega facilmente se si tiene conto di come si è sviluppato il settore tessile/abbigliamento in Vietnam nel suo insieme, e di quali sono i soggetti che hanno guidato il processo.

I grandi “player” del settore abbigliamento sono oggi aziende locali (incluse semi-statali o ex statali) e straniere (incluso un numero crescente di produttori cinesi oltre che sudcoreani, taiwanesi e giapponesi) fortemente specializzate nel “contoterzismo” per l’esportazione: producono su commessa, (spesso con contratti pluriennali) fornendo flessibilità, manodopera esperta e a basso costo, una sufficiente capacità di controllo della qualità. Ma sono, in prevalenza, aziende a metà: raramente gestiscono l’acquisto di tessuti e accessori (e spesso mancano della competenza necessaria) che sono prevalentemente forniti dai committenti. Hanno scarsa capacità autonoma di design: si contano sulle dita di una mano le aziende locali che abbiano provato a creare propri brand. Scarsamente diffusa la conoscenza diretta dei mercati esteri e la disponibilità di

strutture di commercializzazione che consentano di arrivare ai punti vendita finali non solo all'estero ma nello stesso Vietnam. In generale i produttori vietnamiti non dispongono di reti distribuzione sul mercato interno. Che resta così prevalentemente in mano ai trader e grossisti i quali, in prevalenza, costruiscono i propri margini sull'acquisto a prezzi al ribasso. E questo spiega il paradosso: la prima fonte di approvvigionamento non è l'industria vietnamita, ma sono gli stock e i sovrappiù dell'immensa produzione cinese di vestiti e prodotti tessili di ogni genere. La situazione sta comunque cambiando e molti confezionisti stanno incrementando i loro investimenti in negozi al dettaglio con marchio proprio, sia in Vietnam, sia negli stati confinanti.

In realtà sul mercato c'è spazio per costruire una presenza su fascia medio alta ma il canale non sono i trader. La soluzione più praticabile è di strutturare e qualificare una rete di agenti commerciali, selezionandoli tra quelli che già operano sul mercato.

## Il Sistema Vinatex

Gruppo industriale? Holding? Azienda di servizi? Vinatex (Vietnamese National Textile and Garment Corporation), il principale soggetto della filiera tessile del Vietnam è un po' tutto questo e qualcosa in più. Nasce ereditando asset e funzioni dell'ex Ministero dell'industria tessile del Paese. Controlla

quindi direttamente o attraverso joint venture decine di fabbriche (tessili e confezione) ma anche attività di import export, riviste tessili, negozi e attività di distribuzione, scuole e centri di formazione professionale e parchi industriali. Si valuta, generalmente che il 20% dell'export vietnamita della filiera tessile/abbigliamento faccia capo alla 'costellazione' gestita dalla Vinatex. Che rimane quindi come principale agente di 'politica industriale' del Governo vietnamita nel settore tessile. Quest'attività si dirama in più direzioni. Riguarda, innanzitutto, il rafforzamento dell'industria tessile di base con l'obiettivo di coprire i segmenti 'scoperti' della filiera. Uno dei progetti più rilevanti, al momento è ad esempio il recente avviamento di uno stabilimento di fibre in poliestere in joint venture con il gruppo petrolifero nazionale PetroVietnam, che, secondo gli obiettivi indicati, dovrebbe coprire una quota pari al 40% del fabbisogno del Paese. Contestualmente Vinatex è impegnata a guidare la ristrutturazione di diverse aziende ancora sotto il controllo statale che versano in cattive condizioni, ma che dispongono di un importante asset: i capannoni e i terreni su cui sorgono. Che Vinatex cerca quindi di trasformare in parchi industriali attrezzati. Un'ulteriore 'obiettivo' di politica industriale perseguito da Vinatex è di promuovere un decentramento delle attività di confezione nelle diverse Province del Paese, decongestionando le aree di Hanoi e Ho Chi

Minh City dove sono attualmente concentrate, con l'ulteriore vantaggio di una maggiore disponibilità (e di minori costi) della manodopera.

Anche Vinatex è impegnata a sviluppare il mercato interno. In particolare controlla una rete di una sessantina di grandi negozi (Vinatex Mart) distribuiti nelle diverse aree

del Paese, e spesso ben localizzati, con un volume d'affari di circa 100 milioni di dollari. Vende in prevalenza prodotti provenienti dalle fabbriche del gruppo. Secondo il direttore, Thi Hong Huong, i risultati non sono all'altezza delle aspettative a causa di evidenti carenze in termine di stile e design





## ELASTICIZZATI MADE IN ITALY

**Carvico** è un gruppo tessile bergamasco specializzato nella fabbricazione (tessitura, tintura, stamperia, fissaggio) di tessuti elasticizzati indemagliaibili, destinati prevalentemente al segmento sportivo (costumi da bagno, outwear ecc) con un processo produttivo molto automatizzato che consente però di fornire tessuti con performance tecniche differenziate. L'azienda ha saputo costantemente mantenersi all'avanguardia in termini di ricerca sui materiali, affidabilità dei prodotti, controllo e anche 'ecosostenibilità' dei processi. Esporta il 70% della produzione pari annualmente a 25 milioni di metri. Ha una lunga tradizione di presenza sui mercati asiatici. La scelta di investire in Vietnam rientra in una strategia di sviluppo business con l'obiettivo di una maggiore 'vicinanza' ai clienti non solo in Vietnam ma anche in Cina, Taiwan, Corea. E di una maggiore competitività in termini di prezzo. Lo stabilimento è localizzata a Pho Noi in uno dei più grandi parchi industriali gestiti da Vinatec l'ex monopolio tessile del Paese.

Per Carvico il Vietnam è stata la prima esperienza di insediamento produttivo all'estero. L'investimento è stato avviato nel 2008. In due anni è riuscita a portare la produzione a 7 milioni di m<sup>2</sup> con l'obiettivo di arrivare a un target di 10 milioni di metri. Occupa 130 dipendenti locali e due espatriati.

L'approvvigionamento di filati (prevalentemente nylon e lycra) e coloranti è effettuato prevalentemente sui mercati contigui (Cina, Corea del Sud, Taiwan). Per il cotone non riesce ancora a trovare in Vietnam una qualità adeguata benché nel Paese esista una filiera cotoniera locale. Lo stesso avviene per altri materiali (mischia, nylon, viscosa) fabbricati nel Paese, generalmente da produttori stranieri

