

Piemonte. Paolo Zegna (Smi-Ati): più competitività per i mercati emergenti

Il tessile biellese riparte e cerca alleati in Cina

Primo incontro tra Biverbanca e Commercial bank di Qindao

Carloandrea Finotto
BIELLA

«Tra le filiere tessili di Italia e Cina non vi è solo competizione, ma vi sono anche grandi possibilità di collaborazione, che vanno attentamente studiate e valutate, nell'interesse reciproco». A sottolinearlo è **Paolo Zegna**, presidente di Smi-Ati (l'associazione che raggruppa le aziende del sistema moda e del tessile-abbigliamento italiano) e amministratore delegato — con il cugino Ermeneigildo Zegna — del gruppo Ermeneigildo Zegna.

La Cina per i biellesi sta cambiando volto: non più solo pericoloso concorrente, ma anche potenziale partner per un comparto che, nonostante gli effetti della crisi, conta ancora circa 1.100 imprese e 20mila addetti (rispettiva-

mente il 4,6% e il 7,1% del totale nazionale). I dati più recenti fanno intuire i margini di crescita esistenti: l'export di tessile-abbigliamento biellese verso la Cina incide per il 4,2% sul totale, mentre le aziende locali che hanno scelto di percorrere la via dell'internazionalizzazione (delocalizzazione produttiva, joint venture, partnership con aziende straniere e presenza all'estero di uffici commerciali e show room) per il 45% guardano all'Asia.

Un ulteriore passo verso una collaborazione più stretta è stato compiuto nei giorni scorsi con l'incontro tra i vertici di Biverbanca (l'istituto biellese controllato dal gruppo Intesa) e una delegazione della Commercial Bank di Qindao. Secondo il presidente dell'Unione industriale biellese (Uib) **Ermanno Rondi**, presente all'incontro in qualità di membro del Cda di Biverbanca, già oggi la Cina «rappresenta il primo vero mercato del distretto». Agli scambi diretti se ne devono, infatti, aggiungere altri: «La Germania — dice Rondi — è un paese di transito e rappresenta il 17% delle nostre esportazioni tessili: la me-

tà circa di quanto viene realizzato è destinato alla Repubblica Popolare».

Nei primi sei mesi del 2006 il distretto ha esportato prodotti tessili per 617 milioni (il 70% del totale biellese): di questi 26,3 milioni verso la Cina, +20,1% in tre anni. Ma nello stesso periodo le importazioni sono aumentate del 113,8%, arrivando a sfiorare i 26,3 milioni. Una crescita quasi esponenziale che conferma la diversa velocità delle economie dei due territori. La bilancia commerciale tra il Biellese e la Repubblica Popolare pende già decisamente in favore di quest'ultima: 86,7 milioni di merci importate contro i 33 milioni di quelle esportate nel primo semestre 2006, secondo i dati Istat. Il rischio? «Che la Cina rappresenti, sì, una grande opportunità — sottolinea **Giampaolo Vitali**, economista dell'Università di Torino e del Ceris Cnr —, ma un'opportunità per pochi, perché pochi saranno quelli che sopravviveranno e saranno in grado di competere».

Il Biellese è quindi chiamato ad aumentare la propria capacità di penetrazione dei mercati emer-

IN CIFRE

617 milioni

L'export
Nel primo semestre del 2006 il distretto tessile biellese ha esportato per 617 milioni di euro (il 70% del totale dell'intera provincia). Nonostante la crisi il comparto dispone ancora di circa 1.100 imprese e 20mila addetti.

26,3 milioni

Verso la Cina
Sul totale dell'export, nel primo semestre le esportazioni verso la Cina sono arrivate a 26,3 milioni (+20,1% in tre anni).

genti: «Portando la sfida — afferma Paolo Zegna — come singole imprese e come sistema direttamente in casa del gigante cinese». E Rondi ricorda che già oggi «il 20% di imprese biellesi, con circa il 70% dei dipendenti, ha avviato processi di internazionalizzazione. Solo le Pmi che non fanno parte di gruppi sono escluse



Biella. Le industrie tessili ora guardano alla Cina come possibile partner

dal processo». Nuovi accordi, come quello avviato sul fronte del credito, «possono ampliare — dice il presidente dell'Uib — gli spazi di cooperazione tra Cina e mondo delle imprese biellesi, sviluppando i rapporti esistenti per favorire le nostre Pmi». Soprattutto, per un distretto di nicchia come quello di Biella, è vietato stare

fermi: «Dobbiamo muoverci più velocemente dei produttori cinesi — avverte Zegna —, soprattutto nei segmenti a maggior valore aggiunto, dove la competitività dei prodotti è meno condizionata dal fattore prezzo. Ma la collaborazione può crescere e svilupparsi solo all'interno di regole condivise e rispettate da entrambi».

Innovazione. Il consorzio rilancia l'Ict

Top-IX riunisce le aziende hi-tech per fare sistema

Mauro Pianta
TORINO

«I sociologi la chiamano "rivoluzione digitale", ma, vista dal lato delle imprese è un'opportunità (e un rischio) di ogni giorno. Proprio i servizi offerti dal mondo del Web, le tecnologie Ict, la loro influenza sui modelli sociali ed economici sono i temi del convegno "Internet, un sistema aperto per lo sviluppo della società", organizzato dal consorzio Top-IX in collaborazione con il Csi-Piemonte in programma oggi, a Torino, al Centro Incontri della Regione Piemonte (in corso Stati Uniti 23).

Osserva **Silvano Giorelli**, direttore generale di Top-IX, consorzio pubblico-privato senza scopo di lucro nato sotto la Mole nel 2002 per promuovere la connettività a banda larga in tutto il Piemonte: «La sempre maggiore velocità di cambiamento costringerà le aziende, di tutte le dimensioni, a confrontarsi con un ambiente collaborativo in cui condividere informazioni, sviluppare partnership, scambiare idee e contenuti. Per questo abbiamo invitato a confrontarsi le maggiori realtà oggi interessate al mutamento: pubblica amministrazione, grandi gruppi aziendali, start-up e bloggers». La prima parte del congresso avrà una veste più istituzionale (con Università di Torino, Regione Piemonte, Csi, Sanpaolo Imi); nelle sessioni successive il dibattito sarà sulle visioni strategiche di grandi produttori e gestori di telecomunicazioni (Telecom Italia, Fastweb, Wind, BT Italia). Non mancheranno i casi aziendali, che hanno saputo sfruttare la carta del Web. Storie come quella di Skype, con le sue videochiamate online (a oggi 6 milioni di utenti che "te-

lefonano" con Internet), oppure come quella del ramo web della Armando Testa e delle sue campagne pubblicitarie sulla Rete. «La sensazione — commenta **Andrea Casalegno**, direttore tecnico di Top-IX — è che ci sia una grossa fetta di mercato per le aziende in grado di produrre contenuti via Internet, in particolare per il settore intrattenimento e per l'informazione. In Piemonte, in particolare, vi sono numerose realtà, pubbliche e private, capaci di realizzare documentari, film, programmi radiofonici di qualità appetibili anche per la Rete. Non dimentichiamo inoltre — conclude — che la Regione ha posto lo sviluppo dell'Ict tra le sue priorità». Il consorzio è inserito nel programma Wi-Pie per dotare il territorio, entro il 2007, della banda larga.

www.top-ix.org

L'IDENTIKIT

40

I consorziati
Attualmente aderiscono al consorzio Top-IX (Torino Piemonte Internet eXchange) in 40 tra organizzazioni imprenditoriali, Pmi dell'industria e dell'artigianato.

16

I nodi
I punti della Rete distribuiti nel Nord-Ovest sono 16. Tra gli obiettivi di Top-IX ci sono la creazione e la gestione di Nap (Neutral access point) per lo scambio del traffico Internet nell'area. Nel 2006 Top-IX ha scambiato traffico a 4,3 giga bit al secondo (+50% sul 2005).

Le imprese di Texbima fanno rotta verso l'estero: dal Sudamerica all'India

Il meccanotessile diversifica

BIELLA

Il meccanotessile biellese va alla "scoperta" dell'America e delle Indie. Sulla scia di una ripresa che, pur senza suscitare euforia, sta interessando anche questo settore — il secondo per importanza del distretto con circa 2mila addetti e 300 milioni di fatturato di cui il 50% legato all'export — il comparto sta intensificando le

azioni di penetrazioni in nuovi mercati.

Argentina, Perù, Cile, Onduras e Guatemala da un lato, Uzbekistan, Kazakistan, Pakistan, Vietnam e India dall'altro: sono le direttrici su cui si sta muovendo il consorzio Texbima, che raggruppa 26 tra le principali aziende meccanotessili biellesi (l'assemblea è in programma a febbraio 2007) e

investe nell'azione promozionale a livello mondiale circa 250mila euro all'anno. «Siamo reduci dalla partecipazione a due importanti fiere di settore — conferma il direttore di Texbima **Maurizio Vaglio** —: a fine ottobre il Cime di Pechino, la più importante rassegna dell'Asia, e, a metà novembre, il Simatex di Buenos Aires». E se i riscontri in Cina continuano a es-

sero molto soddisfacenti per le aziende biellesi, importanti indicazioni sono arrivate proprio dall'Argentina: «Quest'anno — sottolinea Vaglio — è cresciuto in maniera decisa il numero di espositori e di contatti, a conferma che l'Argentina e il Sud America in generale sono in ripresa e possono rappresentare per il nostro comparto un mercato potenzialmen-

te interessante. Anche per questo nel 2007 ci dedicheremo al consolidamento dei rapporti con i Paesi dove la nostra presenza è già importante e all'apertura di nuovi canali, in particolare in Onduras e Guatemala».

Immeccanotessili biellesi puntano sulla diversificazione dei mercati, forti anche di un gap tecnologico rispetto alla concorrenza turca e cinese, che ancora li favorisce. Conferma il presidente di Texbima **Mario Pioner**: «È vero. La nostra ripresa è frutto del risveglio dell'Europa e della stessa Italia. Ma il nostro obiettivo è essere presenti e competitivi dove l'eco-

nomia è in forte crescita». Come in India, dove a gennaio 2007 è in programma una nuova fiera a New Dheli alla quale i meccanotessili biellesi parteciperanno con il patrocinio di Acimit (l'associazione italiana dei costruttori di macchine tessili). «Anche se — dice Pioner — non è un mercato facile perché l'industria è prevalentemente cotoniera». I segnali, tuttavia, sono positivi: c'è una buona propensione agli investimenti, soprattutto su macchinari europei, più che cinesi o coreani.

C.A.F.

www.texbima.it

BMW Serie 5
Berlina e Touring

523i	520d
525i/xi	525d
530i/xi	530d/xd
540i	535d
550i	

www.bmw.it

Piacere di guidare

A volte, sono le condizioni migliori a rendere le cose straordinarie.

BMW Serie 5 con Value Lease o Select, assicurazione furto e incendio per 2 anni o in alternativa la manutenzione programmata Advance. È un'iniziativa dei Concessionari BMW.

Un esempio di offerta Value Lease	Modello	Prezzo*	Anticipo (incluso primo canone) o eventuale permuta	47 canoni da 250 Euro	Riscatto finale 19.380 Euro	Tasso Leasing 4,99%	TAEG 5,56%
Un esempio di offerta Select	Modello	Prezzo*	Anticipo o eventuale permuta	23 rate da 250 Euro	Valore minimo garantito a fine contratto 25.841 Euro	TAN	TAEG 5,49%
	530d Eletta Berlina	47.100 Euro	20.827 Euro				
	530d Eletta Berlina	47.100 Euro	18.395 Euro				

*IVA e messa in strada inclusa. IPT esclusa. Spese istruttoria pratica 160 Euro Select, 262 Euro Value Lease, IVA inclusa. Il piano si riferisce a una durata di 48 mesi/60.000 km per Value Lease e 24 mesi/60.000 km per Select. Salvo approvazione di BMW Financial Services Italia S.p.A. È un'offerta che scade il 31/12/2006. Fogli informativi disponibili presso le Concessionarie aderenti.

Le Concessionarie BMW
Autocrocetta - C.so Trieste, 140 - Tel. 011 6311111 - MONCALIERI (TO)

biAuto - Via Bologna, 102 - Tel. 011 2483711 - TORINO