

Ricerca Unioncamere: imprese tessili cinesi in affanno

Prato, la Chinatown perde colpi

Silvia Pieraccini

PRATO

Quindici anni fa scelsero l'industriosa Prato per provare a costruirsi un futuro, sfruttando (spesso con scarso rispetto delle regole) una nicchia produttiva poco valorizzata dal distretto tessile toscano come la confezione di capi di abbigliamento. Oggi gli imprenditori cinesi continuano a scommettere su Prato, dove, secondo gli ultimi dati della Camera di commercio, a fine 2006 erano attive 3.011 aziende cinesi (+23% sul 2005), di cui 2.309 nel tessile-abbigliamento, e dove esiste ormai una delle più grandi Chinatown d'Italia (si stimano 30mila pre-

senze). Il punto, però, è che non nutrono più grandi speranze nelle produzioni moda fatte in Italia. Neppure in quelle fatte da loro, generalmente di bassa qualità e di basso prezzo.

A far affiorare i primi dubbi delle imprese cinesi sul futuro del "made in Italy" è una ricerca sul campo promossa da Unioncamere Toscana con Regione, associazioni artigiane e sindacati che, per la prima volta, ha raccolto le testimonianze di 50 aziende pratesi del settore abbigliamento con titolare cinese. Quel che si delinea - sottolinea lo studio curato da Lorenzo Zanni dell'Università di Siena - è «un graduale spostamento

dell'attività manifatturiera delle confezioni in Cina», sia per i capi a minor valore che per quelli a valore o innovazione maggiori, destinati soltanto a mantenere «una certa presenza di tessuto italiano».

Le grosse potenzialità del "made in China", prospettate a sorpresa dagli imprenditori orientali di Prato, sono da collegare alla crescente competizione sui costi presente in Italia e all'aumento di competenze dei produttori stranieri «in un contesto di progressiva eliminazione di barriere doganali». Schiacciate dalla concorrenza dei Paesi in via di sviluppo, dunque, anche le aziende cinesi di Prato du-

bitano di poter reggere il confronto e, al pari delle imprese italiane, cominciano a interrogarsi sulla necessità di evolvere strategie e modelli di gestione.

Il problema, del resto, si aggiunge ad altri che accomunano ormai i cinesi agli italiani, come quello del passaggio generazionale: il 20% degli imprenditori orientali intervistati prevede difficoltà nella successione, per la probabilità che i figli decidano di dedicarsi ad altre attività. Le affinità tra le due comunità si ritrovano anche nel percorso professionale seguito, che «ricalca i processi di sviluppo imprenditoriale tipici delle realtà distrettuali». Su un fronte, invece, i cinesi si distinguono dagli italiani: i canali di finanziamento utilizzati per avviare l'impresa. Nessun prestito chiesto alle banche, bensì ricorso pressoché esclusivo al circuito parallelo di microcredito fatto da parenti e amici.