

PREMIERE VISION

nonostante un aumento delle presenze, +6,5% a quota 55.792 visitatori, tra gli espositori al salone dei tessuti, degli accessori tessili e dei materiali serpeggiava l'inquietudine - i timori sono ancora legati agli aumenti dei prezzi a monte della filiera

MATERIE PRIME, una SPADA DI DAMOCLE

di Valentina Tosi

L'edizione di febbraio di **Première Vision** si è aperta sullo sfondo delle problematiche inerenti l'aumento dei prezzi delle materie prime, una variabile difficile da gestire per le imprese tessili. In effetti, sembra che i segnali di ripresa registrati nel primo semestre del 2010 non siano stati seguiti da performance reali: le prospettive restano incerte. Le incognite sul cotone suscitano inquietudine: come testimoniano i dati pubblicati da **InterContinental Exchange**, dal 2009 a oggi si è passati da un prezzo minimo di 40 centesimi agli attuali 160. Un'impennata dovuta a consumi che la produzione non riesce a soddisfare, anche a causa della perdita di raccolti, della conversione di zone agricole ad altri settori d'utilizzo (per esempio l'alimentare) e di recenti limitazioni dell'export indiano. L'incremento della speculazione finanziaria nel comparto contribuisce ad alimentare le incognite. "Il costo delle materie prime varia da una settimana all'altra - commenta **Germano Montiroli**, direttore commerciale per il **Maglificio Ripa** - ed è difficile determinare un listino: prevale l'indeterminatezza, l'impressione è quella di comprare e vendere all'asta". Anche per le altre fibre non c'è da stare molto tranquilli: il prezzo della seta è più che raddoppiato e in Australia le quotazioni della lana sono cresciute del 38% nell'ultimo anno (a loro volta, le produzioni neozelandesi, inglesi e francesi subiscono il fenomeno). L'unica eccezione è il lino, la cui produzione si concentra nel nostro continente per più del 70% e il cui costo si mantiene stabile a 1,60 euro al chilo (dato dello scorso



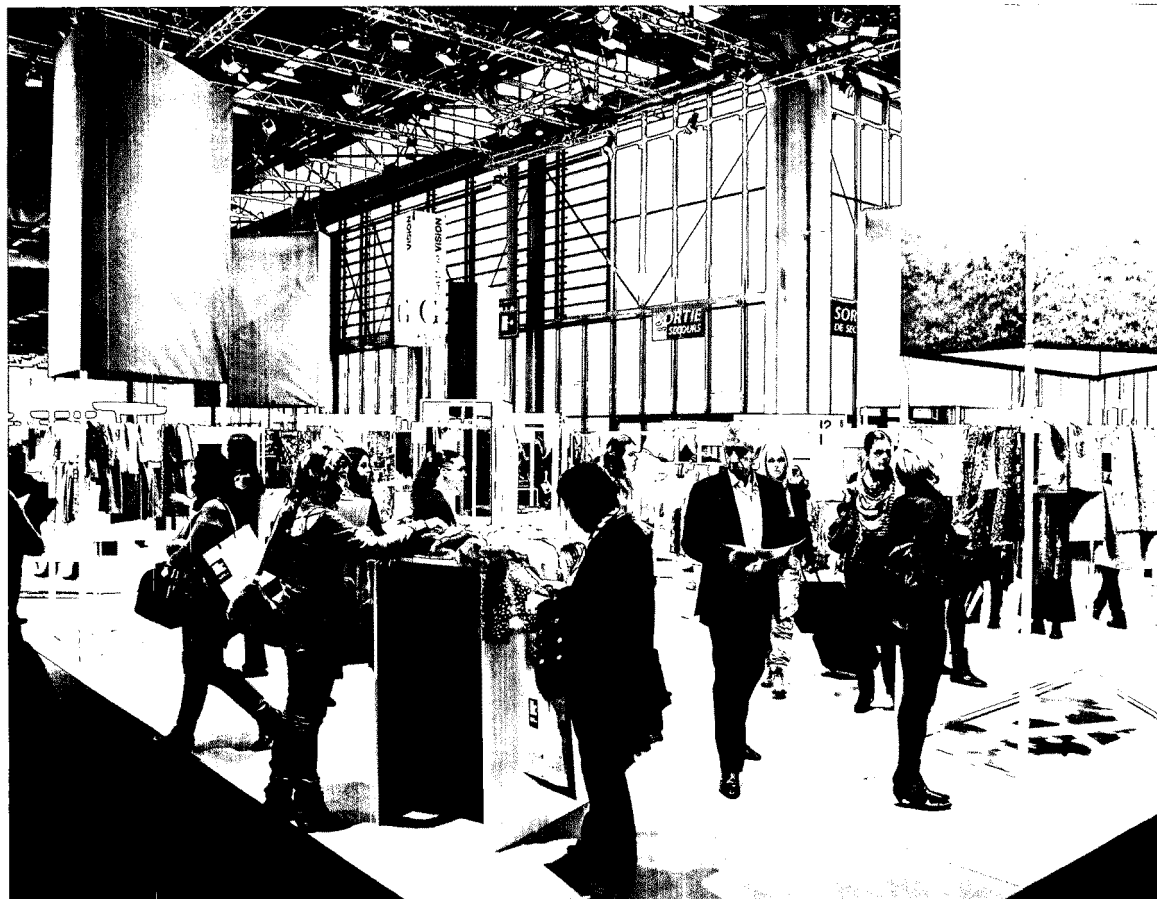
dicembre). Ma ci sono altri problemi. "Oggi capita che i filati stentino ad arrivare a destinazione, come se ci fosse un certo ostruzionismo - testimonia **Giorgio Glessi**, sportswear product manager di **2Emme** -. Oppure, la consegna avviene più tardi del previsto, con un prezzo diverso da quello pattuito, più caro". Sul fronte man made la musica non cambia: il poliestere ha registrato un +60% in un anno, come spiega **Stefano Cochis**, business unit director delle **Filature Mifrogini**. "Per noi - afferma - che abbiamo investito nel lancio del trademark **Newlife**, sistema certificato di fili di poliestere continuo riciclato, il momento è tuttavia favorevole: la differenza di costo rispetto al poliestere vergine si riduce ed è più semplice raggiungere le economie di scala necessarie per mantenere un prezzo competitivo".

Gli aumenti incidono su tutta la filiera

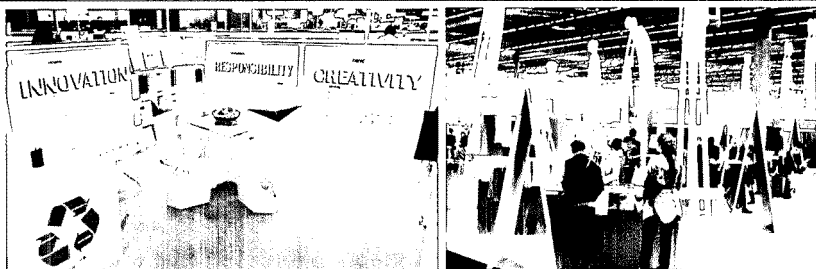
Quali le conseguenze di questi aumenti? Innanzitutto, i tessitori devono tagliare i propri margini, per restare nel portafoglio fornitori di un'azienda. "Questo accade a discapito degli investimenti in ricerca o nuove tecnologie e, quindi, della creatività - osserva **Germano Montiroli** del **Maglificio Ripa** -. Per riequilibrare le cose, brand e distributori dovrebbero ridurre a loro volta i propri guadagni. Ma negli ultimi anni, anche tenuto conto delle pratiche di sourcing extraeuropeo, i marchi sono passati dalla nozione di margine a quella di lucro: spesso la differenza tra il prezzo pagato da un'azienda per un prodotto finito e quello di vendita del medesimo articolo è eccessiva". Intanto incalza la concorrenza del Far East e di Paesi esonerati dalle regolamentazioni Ue. "Qui investiamo per mettere a norma le nostre strutture e ciò che proponiamo deve rispettare criteri ben precisi - osserva **Montiroli** -. Fuori dall'Europa non sono imposte le stesse condizioni, ma la merce proveniente da queste aree viene commercializzata e acquistata sui nostri mercati: non c'è equilibrio, i controlli non sono sufficienti e, in sintesi, in altri termini noi produttori non veniamo tutelati". I consumatori occidentali si sono del resto ormai abituati alla diminuzione dei cartellini di vendita, dovuta anche alle politiche delle grandi insegne, volte a incentivare un cliente dal potere d'acquisto instabile: secondo i dati dell'**Ifm-Institut Français de la Mode**, oltralpe i listini medi del-

In queste pagine, compratori alla recente edizione di **Première Vision**: la prossima edizione è fissata dal 20 al 22 settembre al Parc d'Expositions di Parigi-Nord Villepinte

■ SELPRESS ■
www.selpress.com



l'abbigliamento sono calati del 15% tra il 1999 e il 2009, mentre il consumo è aumentato del 20%. Finora, i brand hanno chiesto ai fornitori di "congelare" i prezzi. *"Prima o poi saremo obbligati a sbloccare la situazione - riflette Carlo Giardini, titolare di Tmr Cederna Fodere - ma un'impasse è rappresentata dal fatto che i clienti non vogliono aumentare il cartellino finale dei capi. Senza contare che i rincari si sono concentrati tutti nell'arco di pochi mesi: è pertanto difficile far accettare una maggiorazione altrettanto rapida, per quanto giustificata e legittima"*. L'Ifm e la **Fédération Française des Industries Lainière et Cotonière** ipotizzano un aumento dei prezzi in negozio fra il 3% e il 15% per l'estate 2011: ai distributori spetta decidere se tirare la cinghia per restare competitivi o ripercuotere il rincaro sul consumatore, una via quest'ultima più percorribile per i prodotti d'alta gamma.



Sostanziale stabilità per Texworld nel complesso di Paris Le Bourget

ATexworld - manifestazione tessile concomitante con **Première Vision**, organizzata da **Messe Frankfurt** - il numero complessivo di presenze ha sfiorato le 14mila unità, con un +1,7% in termini di ingressi reali rispetto all'anno precedente, ma con un lieve calo (-1%) per quanto riguarda i singoli visitatori. Un dato che, con ogni probabilità, evidenzia come gli ordini vengano fatti già alla prima visita. In aumento l'adesione da Usa (+6%), Canada (+21%), Cile (+54%), Colombia (+33%) e Scandinavia (+40%). In calo invece Egitto (-70%), Tunisia (-60%), Grecia (-29%) e Australia (-7%). Fra i temi forti della rassegna, che ha ospitato 639 espositori da 30 Paesi, in primo piano i tessuti eco-friendly e l'attenzione alla creatività emergente, per esempio con uno spazio dedicato agli studenti dell'**Hannover University of Applied Sciences and Arts**. Un appuntamento che sarà riproposto alla prossima edizione, prevista dal 19 al 22 settembre a Paris Le Bourget, dove sarà tra l'altro lanciata una sezione dedicata all'"Apparel sourcing".

a.b.

In grande e nell'immagine qui sopra, due aree della rassegna francese. Sopra, a sinistra, lo spazio riservato a un nuovo e importante progetto di Filature Miroglio: il lancio del trademark **Newlife**, sistema certificato di fili in poliestere continuo riciclato