

LA PROIEZIONE INTERNAZIONALE DEI DISTRETTI MERIDIONALI DEL MADE IN ITALY

di Gianfranco Viesti (Università degli Studi e CERPEM, Bari)¹

In particolare negli ultimi anni le esportazioni di prodotti del Made in Italy dalle regioni meridionali sono cresciute di importanza². Una ricerca appena completata³, diretta da chi scrive e in corso di pubblicazione⁴, ha cercato di ricostruire fra l'altro l'organizzazione territoriale delle produzioni di made in Italy delle regioni del Sud in un insieme di aree distrettuali, le cause che hanno portato al loro sviluppo, i fattori competitivi. Questo breve testo, rimandando a quella ricerca per le informazioni d'insieme, descrive e misura la proiezione internazionale del Made in Italy meridionale.

Alcune precisazioni: con Made in Italy ci si riferisce qui solo ad alcuni beni finali di consumo (tessile, abbigliamento, pelli-cuoio, calzature e mobili) escludendo, per problemi di dimensione dello sforzo di ricerca, l'industria alimentare. Lo studio è condotto con un'analisi territorialmente disaggregata, a livello dei Sistemi Locali del Lavoro (SLL) di queste regioni⁵, utilizzando i dati dei Censimenti dal 1951 al 1991 e quelli del Censimento Intermedio 1996, nonché altre fonti statistiche ufficiali (come i dati Istat di esportazione provinciale), integrati, oltre che dalle fonti locali e dagli studi di caso già disponibili, da circa 100 interviste ad imprenditori e a testimoni privilegiati.

I SLL meridionali vengono aggregati in 25 distretti del Made in Italy. Quali SLL aggregare? Si è deciso di tenere conto di una pluralità di elementi: innanzitutto della contiguità geografica e della specializzazione produttiva; ma anche delle informazio-

¹ L'autore desidera ringraziare Marco Saladini, dell'Ufficio Studi ICE, per la collaborazione nella costruzione dei dati presentati nella tavola 3.

² Oltre che alle annuali edizioni del Rapporto sul commercio estero, (il Rapporto del 1997 contiene anche un box con una prima analisi del trend degli esportatori meridionali fra 1992 e 1996) sia consentito rimandare per un'ampia descrizione di questi fenomeni a Bodo, G. - Viesti, G. (1997) *La grande svolta. Il Mezzogiorno nell'Italia degli anni novanta*, Roma, Donzelli.

³ La ricerca è stata condotta nell'ambito dell'Osservatorio sulle Piccole e Medie Imprese del Mediocredito Centrale.

⁴ Dalla ricerca sono stati tratti due volumi complementari, in pubblicazione (autunno 2000). Il primo, edito da Laterza e a firma di chi scrive, presenta l'intero lavoro, le ipotesi teoriche, le analisi quantitative e qualitative, le conclusioni; il secondo, edito da Donzelli, e a cura di chi scrive, contiene dieci studi di caso su altrettante aree del Mezzogiorno: i distretti abruzzesi (Rossella Di Federico); Isernia (Alessandro Napoli); il calzaturiero di Barletta (Michele D'Ercole); l'abbigliamento della Puglia Centrale (Gianfranco Viesti); il tessile, abbigliamento e calzature nel Salento (Franco Chiarello); il Triangolo del Salotto (Gianfranco Viesti); la corsetteria di Lavello (Domenico Cersosimo e Rosanna Nisticò); il calzaturiero di Aversa (Odoardo Como); i distretti dell'abbigliamento e delle calzature a Napoli (Paola De Vivo), e il distretto conciario di Solofra (Gianfranco Viesti).

⁵ I SLL (Sistemi Locali del Lavoro) sono suddivisioni del territorio italiane, definite dall'Istat in modo tale da rendere massima la probabilità che la popolazione che vive in un determinato sistema lavori al suo interno (principio dell'autocontenimento); i SLL sono individuati con il nome del principale comune che ne fa parte. Nel Mezzogiorno vi sono 365 SLL. Sin dalle prime analisi, però, è apparso chiaro che queste delimitazioni nel Mezzogiorno non sempre "funzionano": in particolare intorno alle grandi aree urbane, per il loro peso demografico e per la complessiva prevalenza di attività terziarie i SLL hanno confini troppo ampi, che tendono ad oscurare attività manifatturiere anche assai rilevanti localizzate al loro interno. Così, almeno per i SLL di Napoli e Bari si è provveduto ad una ulteriore delimitazione, suddividendoli rispettivamente in tre ed in quattro parti in base a criteri soggettivi. Così il territorio meridionale viene suddiviso in 370 unità elementari.

ni qualitative e sulle attività delle imprese raccolte attraverso le indagini sul campo. Si è partiti dai SLL con la maggiore presenza di addetti all'interno degli specifici settori, e si è proceduto sommando fra loro quelli contigui geograficamente e con le stesse produzioni. Nel definire le aggregazioni geografiche si è utilizzato un criterio estensivo, includendo all'interno dei distretti tutti i SLL con una rilevante occupazione negli specifici settori: quindi i confini sono geograficamente ampi, ma tali da contenere al proprio interno le aree di maggiore concentrazione produttiva⁶. La tavola 1 presenta la delimitazioni geografica e le principali produzioni⁷. Sei sono in Abruzzo, 7 in Puglia, 8 in Campania e uno ciascuno in Molise, Basilicata (più uno al confine con la Puglia) e Sicilia. Ben 11 hanno come prodotto finale capi di abbigliamento, anche se con specializzazioni alquanto differenti; uno è nella maglieria (Barletta), uno nella calzetteria (Sud Salento), uno nella corsetteria (Lavello); uno nella tessitura di seta (San Leucio). Poi ve ne sono 5 nelle calzature, due nella pelletteria (Teramo e Napoli); Solofra nella concia; uno nel mobilio (Teramo) e uno, in particolare, nei salotti (Murgia).

Nell'insieme questi 25 distretti contano 107mila addetti (sempre tavola 1). I più grandi sono l'abbigliamento Sud Abruzzese, del Nord Barese e del Salento e le calzature napoletane, tutti con oltre 9000 addetti; la dimensione media è di 4285 addetti per distretto. Cinque sono decisamente più piccoli, con meno di 1000 addetti, da Guardiagrele a San Leucio fino ai soli 281 della corsetteria di Lavello. Questi dati includono soltanto l'occupazione censuaria (e solo nelle produzioni finali). Una plura-

⁶ Ad esempio, nel distretto dell'abbigliamento del Sud barese, è stato incluso anche il SLL di Brindisi, nonostante questo presenti un rapporto fra addetti all'abbigliamento e popolazione piuttosto contenuto. Tale scelta deriva dalla presenza molto significativa di imprese di abbigliamento in alcuni comuni più occidentali del SLL e dalle loro strette interrelazioni produttive con imprese dei SLL contigui di Martina Franca e Bari Sud. Stesso criterio vale per Castellammare di Stabia, che include alcuni comuni specializzati nella produzione di costumi da bagno. Così, ancora, si è incluso il vasto SLL di Bari Nord nella calzatura barlettana. Mentre per calzature, pelletteria, mobilio, le scelte sono piuttosto facili, nel settore dell'abbigliamento non è agevole porre confini, e quindi le delimitazioni dei distretti qui indicate sono suscettibili di integrazioni e cambiamenti.

⁷ I SLL e i settori censuari inclusi in ciascun distretto sono i seguenti (tra parentesi i nomi dei SLL e i codici Istat: pelletteria teramana (Giulianova e Teramo, 19.1), abbigliamento nord abruzzese (Giulianova e Teramo, 18), calzature teramane (Giulianova e Teramo, 19.3), mobilio abruzzese (Giulianova, Teramo, Atri, Pescara, 36.1), abbigliamento sud abruzzese (Atri, Penne, Pescara, Castilenti, Chieti, Lanciano, Vasto, Termoli, 18), calzature di Guardiagrele (Guardiagrele, Orsogna, Lanciano, 19.3), abbigliamento di Isernia (Isernia, 18), abbigliamento nord barese (Barletta, Bari Nord, Bari Centro, Bisceglie e Spinazzola, 18), maglieria di Barletta (Barletta e Bari Nord, 17,6+17,7), calzature di Barletta (Barletta e Bari Nord, 19,3), abbigliamento sud barese (Bari Sud, Putignano, Martina Franca e Brindisi, 18), abbigliamento del Salento (Casarano, Gallipoli, Tricase, S. Pietro Vernotico, Lecce, Maglie, Nardò e Poggiardo, 18), calzetteria del Sud Salento (Casarano, Gallipoli e Tricase, 17,6-17,7), calzature del Salento (Casarano, Gallipoli e Tricase, 19,3), salotti della Murgia (Bari Centro, Bari Murgia, Gravina e Matera, 36,11), corsetteria di Lavello (Melfi, 18,23), abbigliamento del Sannio (Circello, San Bartolomeo in Galdo, Pietrelcina, San Marco dei Cavoti, Torrecuso, Ariano Irpino, Calitri, Montecalvo, Montemiletto, Vallata, Apice, Airola, Montesarchio, Benevento, Sant'Angelo dei Lombardi, 18), sete di San Leucio (Caserta e Sant'Agata dei Goti, 17,24), abbigliamento nord napoletano (Caserta, Aversa, Napoli Nord e Napoli Centro, 18), calzature napoletane (Caserta, Aversa, Napoli Nord, Napoli Centro e Nola, 19,3), pelletteria napoletana (Napoli Nord e Napoli Centro, 19,2), abbigliamento sud napoletano (Napoli Vesuvio, Nola, San Giuseppe Vesuviano, Torre Annunziata e Castellammare di Stabia, 18), concia di Solofra (Solofra e Avellino, 19,1), abbigliamento salernitano (Battipaglia, Nocera Inferiore, Eboli, Salerno, 18), abbigliamento della Sicilia Centrale (Enna, Bronte, Troina, 18).

I DISTRETTI MERIDIONALI DEL MADE IN ITALY

| Distretto | Prodotti | Addetti Unità locali al 31.12.1996 | Addetti/U.L. | Italia ⁽¹⁾ | Fatturato 1998 Export ⁽²⁾ | Totale ⁽¹⁾ | Export/fatturato (percentuale) | |
|--------------------------------------|--|---------------------------------------|---------------|-----------------------|---|-----------------------|-----------------------------------|-----------|
| Pelletteria teramana | borse e articoli da viaggio in pelle | 2.132 | 363 | 5,9 | 270 | 80 | 350 | 23 |
| Abbigliamento Nord abruzzese | abbigliamento casual e esterno | 5.850 | 389 | 15,0 | 370 | 230 | 600 | 38 |
| Calzature teramane | calzature da passeggio | 845 | 37 | 22,8 | 30 | 70 | 100 | 70 |
| Mobilio abruzzese | mobili per ufficio e per cucina | 2.460 | 349 | 7,0 | 450 | 150 | 600 | 25 |
| Abbigliamento Sud abruzzese | abbigliamento, prevalentemente capispalla | 9.003 | 745 | 12,1 | 550 | 150 | 700 | 21 |
| Calzature di Guardiagrele | calzature da passeggio | 691 | 49 | 14,1 | 40 | 50 | 90 | 56 |
| Abbigliamento di Isernia | abbigliamento esterno | 910 | 42 | 21,7 | 500 | 400 | 900 | 44 |
| Abbigliamento del Nord barese | abbigliamento, prevalentemente intimo, tute | 10.042 | 1.918 | 5,2 | 470 | 130 | 600 | 22 |
| Maglieria di Barletta | maglieria esterna | 1.648 | 326 | 5,1 | 140 | 160 | 300 | 53 |
| Calzature di Barletta | calzature con suola iniettata per tempo libero | 7.004 | 625 | 11,2 | 80 | 570 | 650 | 88 |
| Abbigliamento del Sud barese | abbigliamento esterno | 8.035 | 745 | 10,8 | 590 | 60 | 650 | 9 |
| Abbigliamento del Salento | abbigliamento, prevalentemente casual ed acc | 9.601 | 835 | 11,5 | 560 | 240 | 800 | 30 |
| Calzetteria del Sud Salento | calze da uomo e bambino | 1.468 | 335 | 4,4 | 150 | 100 | 250 | 40 |
| Calzature del Salento | calzature da passeggio | 6.886 | 198 | 34,8 | 270 | 630 | 900 | 70 |
| Salotti della Murgia | divani e poltrone rivestiti in pelle e tessuto | 5.792 | 325 | 17,8 | 170 | 1.430 | 1.600 | 89 |
| Corsetteria di Lavello | reggiseni | 220 | 32 | 6,9 | 60 | - | 60 | - |
| Abbigliamento del Sannio | abbigliamento, prevalentemente esterno | 2.636 | 310 | 8,5 | 65 | 15 | 80 | 19 |
| Sete di S. Leucio | tessuti in seta per l'arredamento | 506 | 14 | 36,1 | 130 | 20 | 150 | 13 |
| Abbigliamento Nord napoletano | abbigliamento, prevalentemente esterno | 8.263 | 1.820 | 4,5 | 370 | 230 | 600 | 38 |
| Calzature napoletane | calzature da passeggio, da uomo classiche e s | 9.618 | 1.035 | 9,3 | 870 | 330 | 1.200 | 28 |
| Pelletteria napoletana | borse e articoli da viaggio in pelle | 1.306 | 346 | 3,8 | 140 | 60 | 200 | 30 |
| Abbigliamento Sud napoletano | abbigliamento, prevalentemente esterno | 4.775 | 1.170 | 4,1 | 180 | 120 | 300 | 40 |
| Concia di Solofra | pelli ovi-caprine conciate | 4.066 | 398 | 10,2 | 470 | 530 | 1.000 | 53 |
| Abbigliamento salernitano | abbigliamento esterno | 2.196 | 359 | 6,1 | 100 | 50 | 150 | 33 |
| Abbigliamento della Sicilia centrale | abbigliamento esterno | 1.119 | 94 | 11,9 | 45 | 5 | 50 | 10 |
| TOTALE | | 107.072 | 12.859 | 8,3 | 7.070 | 5.810 | 12.880 | 45 |

⁽¹⁾ Stima⁽²⁾ Valori arrotondati basati su dati ISTAT

Fonte: ISTAT e indagini dirette

Tavola 1

lità di indizi e di testimonianze fanno poi ritenere che in tutti questi distretti vi sia una occupazione aggiuntiva, non rilevata dai censimenti, di rilevanti dimensioni. I dati censuari, che qui vengono presentati, vanno ritenuti come un limite inferiore certo alle dimensioni dei diversi distretti, suscettibile di incrementi anche sensibili. Nei 25 distretti vi sono quasi 13mila unità locali, cioè quasi altrettante imprese. Anche il numero di unità locali varia sensibilmente da caso a caso, dalle quasi duemila del Nord napoletano e del Nord Barese alle 14mila di San Leucio. Le dimensioni medie non sono molto piccole: in media 8,3 addetti per unità locale. Anche la dimensione media è assai diversa da caso a caso, anche all'interno dello stesso settore. Nell'abbigliamento, se nella media di questi distretti gli addetti per unità locale sono 7,4, diventano 21,7 a Isernia e fra 10 e 15 in Abruzzo, nel Sud Barese, nel Salento e nella Sicilia Centrale; al contrario le unità locali del Nord Barese e del Napoletano sono assai più piccole. Nelle calzature si passa dai 34,8 del Salento ai 22,8 di Teramo fino agli 11,2 di Barletta e ai 9,3 del Napoletano. Ancora, dimensioni medie elevate si ritrovano nelle sete di San Leucio e nei salottifici murgiani, e invece molto contenute nella calzetteria salentina e nella pelletteria. Queste differenze dipendono da un mix di fattori: dalla presenza di imprese leader; di maggiori dimensioni; dalle diverse specializzazioni di prodotto all'interno dei settori; dalla stessa esistenza di occupazione non censita.

Questi distretti nel 1998 hanno generato un fatturato che può essere stimato⁸ in quasi 13mila miliardi (sempre tavola 1): anche questa stima rappresenta un valore minimo, e si riferisce ad un dato "consolidato": cioè alle vendite del distretto verso l'esterno o i consumatori finali, al netto delle transazioni intradistrettuali. Nei settori dell'abbigliamento, calzetteria e maglieria il fatturato dei distretti meridionali è pari a poco più di 6000 miliardi, e rappresenta circa il 12% del totale nazionale. Le dimensioni relative in termini di fatturato dei singoli distretti riprendono, amplificandole in alcuni casi, quelle già viste per l'occupazione. I salotti murgiani hanno un fatturato 1998 di circa 1600 miliardi, il maggiore; seguono le calzature napoletane (almeno 1200 miliardi) e la conca di Solofra (circa 1000, ma con forti oscillazioni negli ultimi anni). Molti sono i distretti che superano i 500 miliardi di fatturato; solo le calzature di Guardiagrele, la corsetteria di Lavello, le sete di San Leucio e l'abbigliamento della Sicilia Centrale dovrebbero essere sotto i 100 miliardi.

Del fatturato totale circa 6000 miliardi sono esportati⁹, mentre il fatturato inter-

⁸ La stima del fatturato è da ritenersi indicativa. Per la metodologie di calcolo si veda il volume edito da Laterza.

⁹ Il valore dell'export è stato calcolato partendo dai dati 1998 di esportazione provinciale alla massima disaggregazione possibile, e, in linea generale attribuendo a ciascun distretto i dati di export provinciale nei suoi prodotti di specializzazione. In particolare sono stati attribuiti i seguenti valori (tra parentesi i settori nella classificazione Istat commercio estero a 236 voci doganali e le province incluse in ogni caso): pelletteria teramana (pelli, Teramo), abbigliamento Nord abruzzese (abbigliamento, Teramo), calzature teramana (calzature, Teramo), mobilio abruzzese (mobilio, Teramo e Pescara), abbigliamento Sud abruzzese (abbigliamento, Pescara e Chieti), calzatura di Guardiagrele (calzature, Chieti), abbigliamento di Isernia (abbigliamento e maglieria, Isernia), abbigliamento del nord barese (il 70% dell'abbigliamento, Bari), maglieria di Barletta (maglieria, Bari), calzature di Barletta (calzature, Bari), abbigliamento del Sud barese (30% abbigliamento Bari, più Brindisi e Taranto), abbigliamento Salento (abbigliamento, Lecce), calzetteria salentina (maglieria, Lecce), calzatura salentina (calzature, Lecce), salotti della Murgia (mobilio, Bari e Matera), corsetteria di Lavello (abbigliamento, Potenza), abbigliamento del Sannio (abbigliamento, Benevento e Avellino), abbigliamento del Nord napoletano (il 65% di abbigliamento e maglieria, Napoli), calzature napoletane (calzature, Caserta e Napoli), pelletteria napoletana (prodotti in cuoio, Napoli), abbigliamento Sud napoletano (il 35% di abbigliamento e calzature, Napoli), conca di Solofra (pelli, Avellino e Napoli), abbigliamento salernitano (abbigliamento e maglieria, Salerno) e abbigliamento della Sicilia Centrale (abbigliamento, Enna).

no è di poco superiore ai 7000. L'export su fatturato è nell'insieme molto significativo, pari al 45%. Questo è molto importante. Un così alto livello di esportazioni è indicatore di competitività, di una capacità di vendere i propri prodotti a clienti lontani e spesso ad alto reddito, di competere con le imprese domestiche e con altre imprese attive a scala internazionale. Inoltre, può essere stimato che oltre la metà dei 7000 miliardi di vendite italiane siano in regioni centrosettentrionali: quindi, nell'insieme dei distretti, il mercato meridionale conta per meno di un quarto delle vendite. Questi distretti sono quindi poco dipendenti dai propri mercati locali. I principali distretti esportatori sono ancora i Salotti della Murgia, che da soli coprono un quarto del totale dei 25, le calzature salentine e di Barletta, l'abbigliamento di Isernia. E' netta la differenza, già richiamata, fra i distretti calzaturieri pugliesi, molto più proiettati sui mercati internazionali, e quelli napoletani, per cui conta molto di più il mercato interno: differenza non casuale, e con precise origini storiche. Tranne Lavello, tutti i distretti esportano. Nell'abbigliamento la capacità di esportazione è generalmente più bassa: la propensione all'export (29% circa) è molto inferiore a quella media nazionale (48%). La capacità di esportazione è particolarmente bassa nei grandi distretti dell'abbigliamento del Barese, nel Sannio, nella Sicilia centrale; sale in altri casi, fino al 40% del Sud napoletano e ancor più ad Isernia, ma si tratta sempre di valori sotto la media nazionale. E' nell'abbigliamento che vi sono i casi (Nord barese e Sud abruzzese) nei quali il mercato locale conta di più, e supera con tutta probabilità la metà del fatturato totale. Il contrario accade nelle calzature, in cui l'export supera il 50% del fatturato, e raggiunge punte molto alte in Abruzzo e in Puglia. E' esportato oltre il 50% di fatturato anche nella concia di Solofra e nella maglieria di Barletta.

I DISTRETTI DEL MADE IN ITALY: ESPORTAZIONI

(valori in miliardi di lire)

| Distretto | 1986 | 1989 | 1992 | 1995 | 1998 |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Pelletteria teramana | 27 | 57 | 44 | 77 | 79 |
| Abbigliamento Nord abruzzese | 38 | 74 | 64 | 186 | 225 |
| Calzature teramane | 9 | 15 | 15 | 48 | 69 |
| Mobilio abruzzese | 15 | 25 | 30 | 112 | 151 |
| Abbigliamento Sud abruzzese | 17 | 35 | 48 | 106 | 149 |
| Calzature di Guardiagrele | 24 | 19 | 30 | 62 | 50 |
| Abbigliamento di Isernia | 8 | 28 | 84 | 243 | 405 |
| Abbigliamento del Nord barese | 35 | 41 | 49 | 110 | 134 |
| Maglieria di Barletta | 91 | 111 | 76 | 169 | 159 |
| Calzature di Barletta | 228 | 399 | 330 | 504 | 573 |
| Abbigliamento del Sud barese | 13 | 18 | 21 | 48 | 58 |
| Abbigliamento del Salento | 59 | 62 | 98 | 233 | 241 |
| Calzetteria del Sud Salento | 14 | 30 | 54 | 89 | 100 |
| Calzature del Salento | 152 | 234 | 229 | 593 | 630 |
| Salotti della Murgia | 49 | 178 | 349 | 1.175 | 1.424 |
| Corsetteria di Lavello | - | - | - | 7 | 1 |
| Abbigliamento del Sannio | 19 | 21 | 18 | 12 | 21 |
| Sete di S. Leucio | nd | nd | nd | nd | 13 |
| Abbigliamento Nord napoletano | 84 | 79 | 89 | 187 | 229 |
| Calzature napoletane | 125 | 127 | 124 | 292 | 325 |
| Pelletteria napoletana | 50 | 60 | 25 | 47 | 61 |
| Abbigliamento Sud napoletano | 45 | 42 | 48 | 101 | 124 |
| Concia di Solofra | 183 | 375 | 227 | 824 | 530 |
| Abbigliamento salernitano | 31 | 45 | 19 | 38 | 55 |
| Abbigliamento della Sicilia Centrale | 1 | 1 | 2 | 2 | 5 |
| TOTALE | 1.317 | 2.076 | 2.073 | 5.265 | 5.811 |

Fonte: Elaborazioni su dati ISTAT

La tavola 2 mostra le dinamiche dell'export.. Complessivamente si passa dai 1.300 miliardi del 1986 ai quasi seimila del 1998; l'incremento più forte si ha fra il 1992 e il 1995, come per l'intero export italiano di questi prodotti, nella fase di lira debole e fuori dallo SME. Le posizioni di mercato conquistate con la lira debole vengono però mantenute anche dopo il 1996, ristabilite le parità con le altre valute europee. Anzi negli ultimi anni l'export continua a crescere. L'incremento è notevole in quasi tutti i casi esaminati. A ciò va aggiunto che alcuni dei distretti meridionali sono protagonisti negli ultimi anni di interessanti processi di riorganizzazione internazionale della produzione. L'importanza dei flussi di decentramento può essere stimata dai dati di interscambio provinciale con alcuni paesi, che si può ipotizzare che siano dovuti all'attività internazionale delle imprese italiane. Ad esempio, nel 1998 Lecce ha avuto importazioni di abbigliamento dai paesi dell'Est europeo per 154 miliardi, Teramo per 44, Bari per 35 e Chieti per 26¹⁰. Rilevante è anche il decentramento internazionale, specie in Albania e Montenegro, delle imprese calzaturiere barlettane e salentine. Nell'evoluzione dei distretti meridionali, quindi, ed in particolare di quelli adriatici, la trasformazione dei paesi dell'Est negli anni novanta e la conseguente instaurazione di articolati rapporti economici costituisce un'importante modificazione strutturale, che merita approfondite analisi.

LE IMPRESE ESPORTATRICI 1996 ⁽¹⁾

| | Micro | Molto Piccole | Piccole | Medie | Grandi | Totale |
|---|--------------|------------------|------------|------------|-----------|--------------|
| Pelletteria e calzature teramane | 32 | 34 | 11 | 3 | 1 | 81 |
| Abbigliamento Nord abruzzese | 43 | 35 | 8 | 12 | 3 | 101 |
| Mobilio abruzzese | 79 | 47 | 14 | 11 | 2 | 153 |
| Abbigliamento Sud abruzzese | 89 | 55 | 11 | 3 | 3 | 161 |
| Abbigliamento di Isernia | 4 | 5 | 2 | - | 2 | 13 |
| Abbigliamento e maglieria Nord e Sud barese | 373 | 264 | 50 | 14 | 1 | 702 |
| Calzature di Guardiagrele | 6 | 8 | 5 | 1 | 2 | 22 |
| Calzature di Barletta | 101 | 107 | 46 | 28 | 4 | 286 |
| Abbigliamento e calzetteria del Salento | 118 | 98 | 17 | 6 | 4 | 243 |
| Calzature Salento | 29 | 27 | 12 | 12 | 3 | 83 |
| Salotti della Murgia | 94 | 48 | 16 | 10 | 8 | 176 |
| Abbigliamento del Sannio | 49 | 54 | 14 | 21 | 4 | 142 |
| Abbigliamento Nord e Sud napoletano | 705 | 361 | 47 | 16 | 1 | 1.130 |
| Calzature e pelletteria napoletane | 436 | 275 | 67 | 17 | 1 | 796 |
| Concia di Solofra | 49 | 61 | 29 | 21 | 6 | 166 |
| Abbigliamento salernitano | 41 | 20 | 2 | - | - | 63 |
| Abbigliamento della Sicilia centrale | 4 | 4 | 1 | - | - | 9 |
| TOTALE | 2.252 | 1503 | 352 | 175 | 45 | 4.327 |

⁽¹⁾ Per le definizioni delle aree e delle dimensioni delle imprese vedi testo

Fonte: Elaborazioni su dati ICE-ISTAT

Tavola 3

¹⁰ Le importazioni di Lecce provengono da Albania (65 miliardi), Romania, 40 e Bulgaria, 31; quelle di Teramo da Romania, 21 e Albania, 10; quelle di Bari principalmente dall'Albania (30) e quelle di Chieti principalmente dalla Romania (23). Tutti questi dati sono di fonte Istat.

Nei 25 distretti vi sono più di 4.300 imprese esportatrici¹¹ nel 1996 (tavola. 3). Di queste ben 41 hanno esportazioni di una certa rilevanza, superiori a 17 miliardi; altre duecento superano il miliardo; le altre sono al di sotto di questa soglia. Il numero e la dimensione degli esportatori varia da caso a caso, in connessione tanto al fatturato totale del distretto quanto alle dimensioni medie delle imprese: il livello minimo (9) è in Sicilia Orientale. L'abbigliamento napoletano conta ad esempio oltre 1100 esportatori, cui vanno affiancati i circa 800 della pelletteria e delle calzature. Molto più contenuto invece il numero di esportatori abruzzesi, in tutti i settori circa 340, e pugliesi, con l'eccezione dell'abbigliamento barese. L'area napoletana quindi, pur esportando meno di Abruzzo e Puglia vede molte più imprese proiettate sui mercati internazionali: ulteriore testimonianza di un'organizzazione distrettuale molto diversa, ma anche di problemi e prospettive della promozione dell'export completamente diversi fra le diverse aree. L'abbigliamento napoletano ha all'incirca lo stesso export dell'abbigliamento (e della calzetteria salentina), ma con un numero quadruplo di esportatori; la calzatura (e pelletteria) napoletana esporta per un valore poco superiore alla metà di quella salentina, ma con un numero di esportatori invece dieci volte superiore. Anche il numero di grandi esportatori varia molto: sono 8 nei salottifici murgiani, 6 a Solofra, quattro nell'abbigliamento salentino e nella calzatura barlettana. La composizione del numero di esportatori per classe di fatturato esportato, leggibile nella tavola 3 dà ulteriori informazioni sulla struttura di ciascun distretto.

Questa breve presentazione consente comunque una conclusione generale. Siamo in presenza di una realtà fortemente diversificata. Molto più diversificata non

¹¹ I dati della tavola 3 meritano alcune chiarificazioni metodologiche. Si tratta di dati relativi al 1996, di fonte ICE-Istat. Le definizioni delle classi dimensionali si riferiscono – e questo è molto importante da tenere presente – al valore delle esportazioni e non del fatturato delle imprese: quindi le micro sono microesportatrici, non necessariamente microimprese. Le classi dimensionali sono definite dall'ICE (ICE-Istat, Rapporto sul Commercio estero 1999, pag. 325): micro = meno di 57 milioni di export; molto piccole, da 57 a 1140 milioni; piccole da 1140 a 3990 milioni; medie da 3,99 a 17 miliardi; grandi più di 17 miliardi. I dati sono disponibili a scala provinciale, e per i settori tessile-abbigliamento (TA); pelli-cuoio-calzature (PCC); legno-mobilio (LM). La scala provinciale può portare in alcuni casi ad una lieve sovrastima rispetto alla definizione geografica che è stata data dei distretti (anche se gli esportatori inclusi sono comunque localizzati vicinissimi). La presenza del tessile e soprattutto del legno potrebbe portare ad una sovrastima, rispetto alle definizioni settoriali, ma vi sono molti motivi di pensare che essi siano molto pochi: nel tessile perché sono poche le unità locali, e nel legno perché le imprese meridionali del legno sono quasi tutte orientate al mercato interno, in quanto fornitrici dell'edilizia e dell'industria alimentare (motivo per cui il legno è stato escluso dalla definizione di Made in Italy). La disponibilità di dati ha portato però ad aggregare assieme alcuni dei distretti: pelletteria e calzature teramane, abbigliamento del Nord e Sud barese e maglieria di Barletta, abbigliamento e calzetteria del Salento; abbigliamento del Nord e Sud napoletano. Di seguito sono riportati le sigle dei settori e delle province di volta in volta considerati: pelletterie e calzature teramane (PCC; TE), abbigliamento Nord Abruzzo (TA, TE), mobilio abruzzese (LM, TE-PE-CH), abbigliamento Sud Abruzzese (TA; PE-CH), calzature di Guardiagrele (PCC; CH) abbigliamento di Isernia (TA; IS), abbigliamento e maglieria Nord e Sud barese (TA; BA-BR-TA); calzature di Barletta (PCC; BA), abbigliamento e calzetteria del Salento (TA; LE), calzature del Salento (PCC; LE), salotti della Murgia (LM; BA-MT), abbigliamento del Sannio (TA; BN-AV; questo dato probabilmente include molti esportatori avellinesi di abbigliamento in pelle), abbigliamento Nord e Sud napoletano (TA; CE-NA), calzature e pelletteria napoletana (PCC; NA), concia di Solofra (PCC; AV), abbigliamento salernitano (TA; SA), abbigliamento Sicilia Orientale (TA; EN). Lavello non è considerato.

solo di quanto tendano a far pensare talune diffuse rappresentazioni dello sviluppo economico italiano (che relegano tutto quanto avviene nel Mezzogiorno ad una generale ed indistinta condizione di arretratezza), ma anche da rappresentazioni solo quantitative dei fenomeni, che possono far pensare erroneamente a processi simili, solo di diverse grandezze. Non è così. I dati raccolti tendono a mostrare che non esiste affatto un "modello meridionale" del Made in Italy, composto ad esempio di aree caratterizzate da imprese piccole e di scarsa qualità, che realizzano prodotti di fascia di mercato bassa, senza marchio. I distretti differiscono tra loro non solo nelle specializzazioni di prodotto e di fascia di mercato, ma anche nell'organizzazione industriale, nel grado di internazionalizzazione, nel ruolo della subfornitura verso altre aree: ciò ha importanti implicazioni per la politica di promozione dell'export che non può che essere differenziata e attenta alle specificità locali.