



## Coronavirus Il fronte bergamasco

Dati Ocse

*Calo generale dell'inflazione  
ma da noi è meno vistoso*

L'inflazione annuale è rallentata o diminuita in tutte le principali economie della zona Ocse ad aprile. L'inflazione, precisa l'Ocse, è scesa fortemente in Usa (0,3% ad aprile contro 1,5% di marzo), Regno Unito (0,9% contro 1,5%), Germania (0,9% contro

1,4%), Francia (0,3% contro 0,7%) e più moderatamente in Giappone (0,1% contro 0,4%) e in Italia (0% di aprile contro 0,1% di marzo). Anche nella zona euro l'inflazione annuale è fortemente rallentata ad aprile (0,3% contro 0,7% del mese precedente).

# Ordini annullati e crisi di liquidità La filiera tessile fatica a ripartire

**Industria.** Molte aziende hanno chiesto la cassa integrazione con ricadute per almeno 6 mila lavoratori. Collezioni moda saltate, forniture ferme. Export a rischio e in Italia i clienti chiedono sconti del 30-40%

LUCIA FERRAJOLI

A un mese dalla ripartenza, la crisi del tessile bergamasco è un dato di fatto. Buona parte delle oltre 300 società di capitali del territorio ha chiesto la cassa integrazione con ricadute su almeno seimila addetti. La crisi di liquidità si fa sentire su un comparto che fino all'anno scorso viaggiava su un fatturato complessivo di due miliardi di euro. «L'impatto del lockdown è stato pesante - ammette Chiara Ferraris, presidente del Gruppo Tessile-Moda in Confindustria Bergamo - anche se vanno fatti dei distinguo».

Il tessile moda è molto legato alla stagionalità. A fine febbraio erano appena state presentate le collezioni per il prossimo autunno/inverno, ma l'emergenza Covid ha creato un effetto domino che ha bloccato tutta la filiera. «In quel momento dovevano partire gli ordini che avrebbero dato il la alla produzione, invece il Covid ha fermato tutto - spiega Ferraris -. Anche le aziende che realizzano i tessuti si sono trovate a dover chiudere gli impianti, perciò non sono partiti neppure gli ordini a monte per i filati».

Non solo: quando ormai i capi erano già stati consegnati ai negozi, nell'abbigliamento sono completamente saltate le vendite della stagione primaverile ed è sfumata anche tutta la stagione delle cerimonie. «I punti vendita si sono trovati a dover decidere se tenere in magazzino le collezioni per



A un mese dalla riapertura delle aziende, il tessile bergamasco mostra segnali di crisi tra commesse cancellate e bisogno di liquidità

■ Ferraris: «Crisi del 2008 finanziaria, questa è crisi dei consumi. Da capire se torna la fiducia»

usarle il prossimo anno o presentare solo alcune proposte per sventare il rischio di non riuscire a vendere tutto».

Le aziende tessili bergamasche hanno un'alta vocazione internazionale: il 50% del loro fatturato si basa sull'export. «Al momento della riapertura,

■ Dopo il lockdown, tenui segnali di ripresa nei tessuti tecnici per l'edilizia e nel lusso»

un mese fa, era cambiato il mondo - aggiunge Ferraris -. Con gli altri mercati ancora in piena pandemia, a cominciare dagli Stati Uniti, molti ordini sono stati annullati». Non da meno lo scenario nazionale: «Nel retail i clienti stanno chiedendo alle aziende sconti

importanti, anche del 30-40%, sia sui nuovi acquisti sia sulla merce già ricevuta, perché per due mesi hanno avuto tutti i costi fissi e zero fatturato. È evidente - sottolinea Ferraris - che se la crisi del 2008 era stata finanziaria, questa è una crisi del consumo, quindi bisognerà capire se ci sarà un ritorno della fiducia e, soprattutto, cosa succederà in autunno: già il clima di incertezza genera cautela negli ordini, un eventuale ritorno di Covid sarebbe il colpo di grazia per il tessile e la moda. Peralto l'inventario di quest'anno rischia di pesare sulla primavera-estate 2021, perché

ovviamente ci saranno meno ordini sulle nuove collezioni».

**Gli altri mercati e le fiere**

Anche il tessile per l'automotive è in forte sofferenza: il mercato è crollato e la diffusione dello smart working non aiuta. Solo eventuali incentivi governativi potrebbero ridare speranza alla filiera. È fermo pure il tessile per l'hotellerie, con molti alberghi ancora chiusi e previsioni incerte per la stagione estiva. «Con il turismo fermo, anche chi vende moda mare nelle località di vacanza rischia di non avere fatturato», puntualizza Ferraris.

Sono state cancellate anche tutte le fiere di settore per i prossimi mesi. «Tante aziende tessili stanno mettendo a punto collezioni virtuali per non farsi trovare impreparate - racconta Ferraris -. L'innovazione digitale diventa un must anche nel tessile. Già da tempo i tessuti non vengono più progettati a mano, ma attraverso il Cad, che consente di vedere il risultato finale: ora bisogna fare un passo in più sulla condivisione con i compratori, come succede già con quei programmi che consentono di scegliere un capo e provarlo virtualmente in tutte le sue varianti di colore». Pur perdendo l'elemento tattile, il vantaggio potrebbe essere la riduzione dei costi di preparazione delle collezioni.

Qualche segnale di speranza, però, c'è. «Dopo tante settimane trascorse in casa, le aziende di tessile per la casa fanno conto sulla voglia di rinnovamento dei consumatori, così come ci sono tenui segnali di ripresa nel campo dei tessuti tecnici per l'edilizia e nel mondo del lusso - conclude Ferraris -. L'altro dato che si può leggere in positivo è che la pandemia ha aperto gli occhi sugli eccessi della globalizzazione: ora si comprenderà meno sul mercato asiatico e ci si rivolgerà di più a quello europeo per stringere i tempi di produzione e correre meno rischi». E una filiera più corta potrebbe avere ricadute positive anche sul tessile bergamasco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## «Persi in 40 giorni clienti di 40 anni» Ma gli imprenditori stringono i denti

«Per fare un cliente ho impiegato quarant'anni, per perderlo 40 giorni». Matteo Parravicini, amministratore delegato di Parà, azienda specializzata nel tessile per la protezione solare, la nautica e l'arredamento per interni ed esterni con sede legale a Pontirolo Nuovo, è molto schietto nel fare i conti con gli effetti economici del Covid.

«Durante il lockdown non abbiamo potuto seguire le commesse e quindi abbiamo perso

ordini - spiega - e il timore è che, dopo essersi rivolti altrove, non tornino più indietro, anche perché dopo quello che è successo è evidente che avere un fornitore unico comporta dei rischi».

Per Parà le percentuali di calo del fatturato mese su mese parlano da sole: -67% a marzo, -97% ad aprile. Difficile fare previsioni: l'unica certezza è lo scenario negativo, con un cumulo che finora segna un calo del 35% e la richiesta di cassa integrazione

per i dipendenti. «Bisognerà aspettare almeno tutto giugno per capire se ci sarà una ripresa costante della domanda - sottolinea Parravicini -. I nodi verranno al pettine in autunno: per imprese che, come la nostra, vivono di stagionalità, ottobre e novembre potrebbero essere molto complicati».

Tratteggia un quadro a tinte fosche anche Lucio Mistri di Scorpion Bay: «In queste prime due settimane di riapertura, i

passaggi nelle gallerie dei centri commerciali si sono dimezzati - racconta il presidente dell'azienda di Albino -. Nei nostri punti vendita diretti gli incassi sono calati del 30% e nei multi-brand anche del 70-80%. Resistere non sarà facile: abbiamo richieste di sconti impossibili e ordini annullati soprattutto dai punti vendita nelle località di mare, che non vogliono rischiare perché non sanno come andrà la stagione».

Massimiliano Bresciani, consigliere delegato del Calzificio Bresciani di Spirano, prevede un -25% di fatturato per il 2020. «Esportiamo il 90% della nostra produzione, soprattutto verso gli Stati Uniti, che saranno in lockdown ancora fino a metà giugno - spiega -. Per noi questa pandemia è stata un duro colpo, anche perché si è innestata su un 2019 che già non era stato eccezionale. Ma alla riapertura dell'attività una boccata di ossigeno è arrivata dal nord Europa grazie a ordini che non ci aspettavamo. La grossa incognita sarà l'inverno». Per Bresciani cambierà anche il modo di lavorare: «Sicuramente per le nuove collezioni dovremo ricorrere al digitale, ma si capirà solo più avanti se

questo sarà un cambiamento strutturale o temporaneo».

Anche per Franco Greco, titolare della tintoria Dyeberg di Villa d'Almè, dopo un calo del 50% in marzo e un aprile a zero fatturato, maggio è andato meglio del previsto. «Tutto dipenderà dall'andamento di giugno, che è sempre il mese in cui ci arrivano ordini importanti». Dyeberg lavora per settori diversi, dall'abbigliamento all'arredamento e tovaglieria alberghiera: «Questo ci permette di compensare i rischi. Certo, abbiamo dovuto fare ricorso alla cassa, ma anche dopo la crisi del 2008 abbiamo fatto uno sforzo per conservare tutto il personale: stringeremo i denti anche stavolta».

Lu. Fe.