

INDUSTRIA ABRUZZESE: STUDIO INDICA LIEVI SEGNALI DI RIPRESA

24 Novembre 2010

L'AQUILA - È un quadro più ottimista quello che si delinea per i distretti dell'Abruzzo nel secondo trimestre del 2010, dopo i crolli a due cifre che ancora caratterizzavano l'export della regione fino al trimestre precedente, anche se la ripresa è ancora lenta con i distretti che dopo nove trimestri consecutivi di perdite riescono di fatto a chiudere il secondo trimestre 2010 in sostanziale pareggio sul 2009.

È quanto si evince dall'aggiornamento del monitor trimestrale dei distretti industriali di Abruzzo e Marche, realizzato dal Servizio Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo per Banca dell'Adriatico, aggiornato al 30 giugno 2010.

L'elevata variabilità delle performance risulta evidente in Abruzzo, con alcuni distretti che versano ancora in una situazione di difficoltà.

Il parziale recupero sulle esportazioni del 2009 è infatti da attribuirsi perlopiù al polo produttivo dell'abbigliamento nord abruzzese (+47,1%), a fronte di un calo ancora pronunciato dei flussi all'export del mobilio abruzzese (-12,7%) e di un debole arretramento dell'abbigliamento sud abruzzese (-3,9%) e della pasta di Fara San Martino (-3,5%). Tutte le realtà distrettuali analizzate - si legge nello studio - si dimostrano tuttavia ancora lontane dai valori all'export raggiunti ante fase recessiva (2008), con poche probabilità di colmare il gap negativo al termine del 2010.

La decelerazione degli scambi mondiali e il rafforzamento dell'Euro indurranno in previsione ad una crescita contenuta delle esportazioni distrettuali italiane in chiusura d'anno. Questo lento processo di recupero dei livelli di export pre-crisi sta già mettendo a dura prova molte imprese distrettuali e potrebbe portare all'innescio di un processo di selezione. Le pressioni cui risultano sottoposte alcune realtà produttive dell'area abruzzese sono deducibili anche dai dati di Cassa Integrazione, in particolare quella Straordinaria.

Nonostante tutto, il tessuto distrettuale abruzzese si dimostra ancora vivo e quanto mai determinato a superare la fase di crisi attraverso un posizionamento competitivo rafforzato, per proporsi con rinnovato successo sui mercati internazionali.