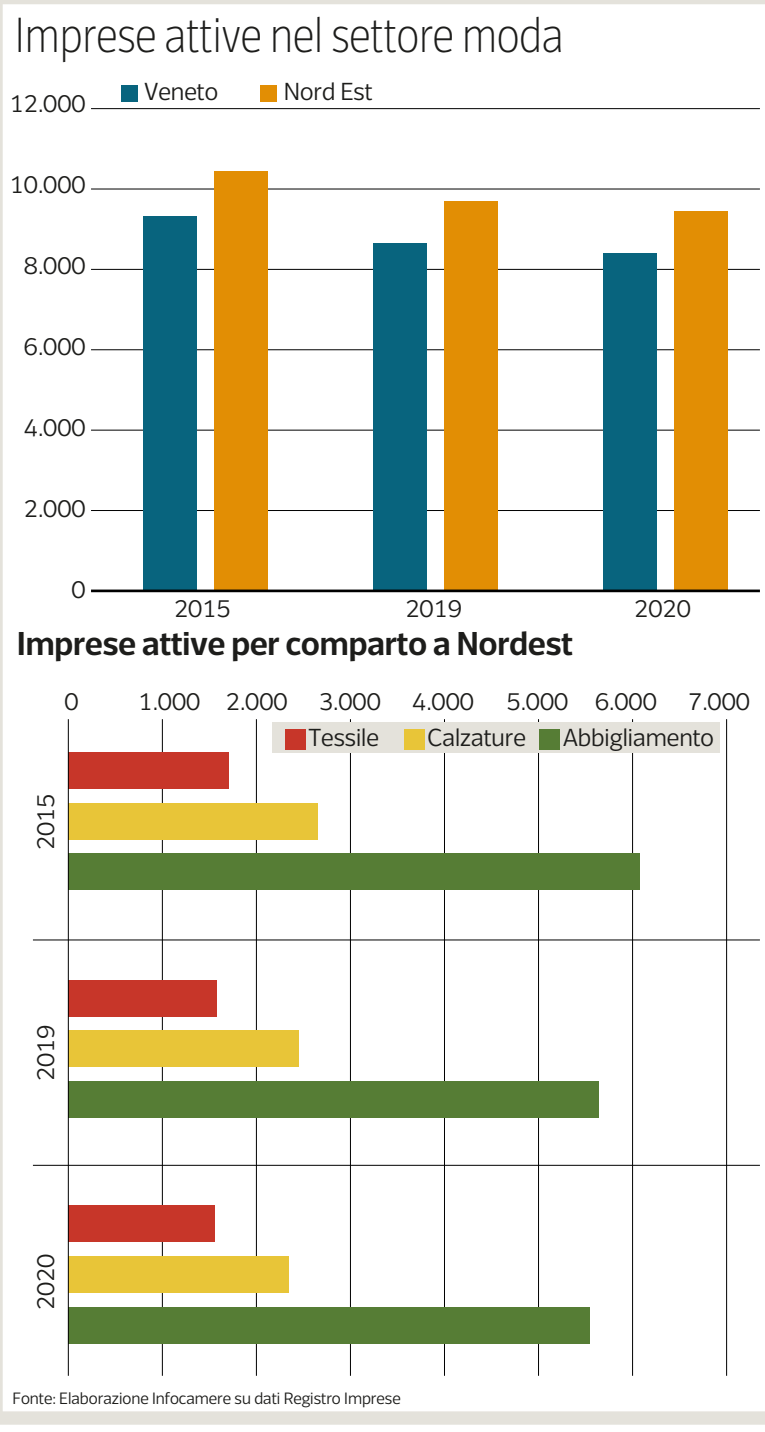
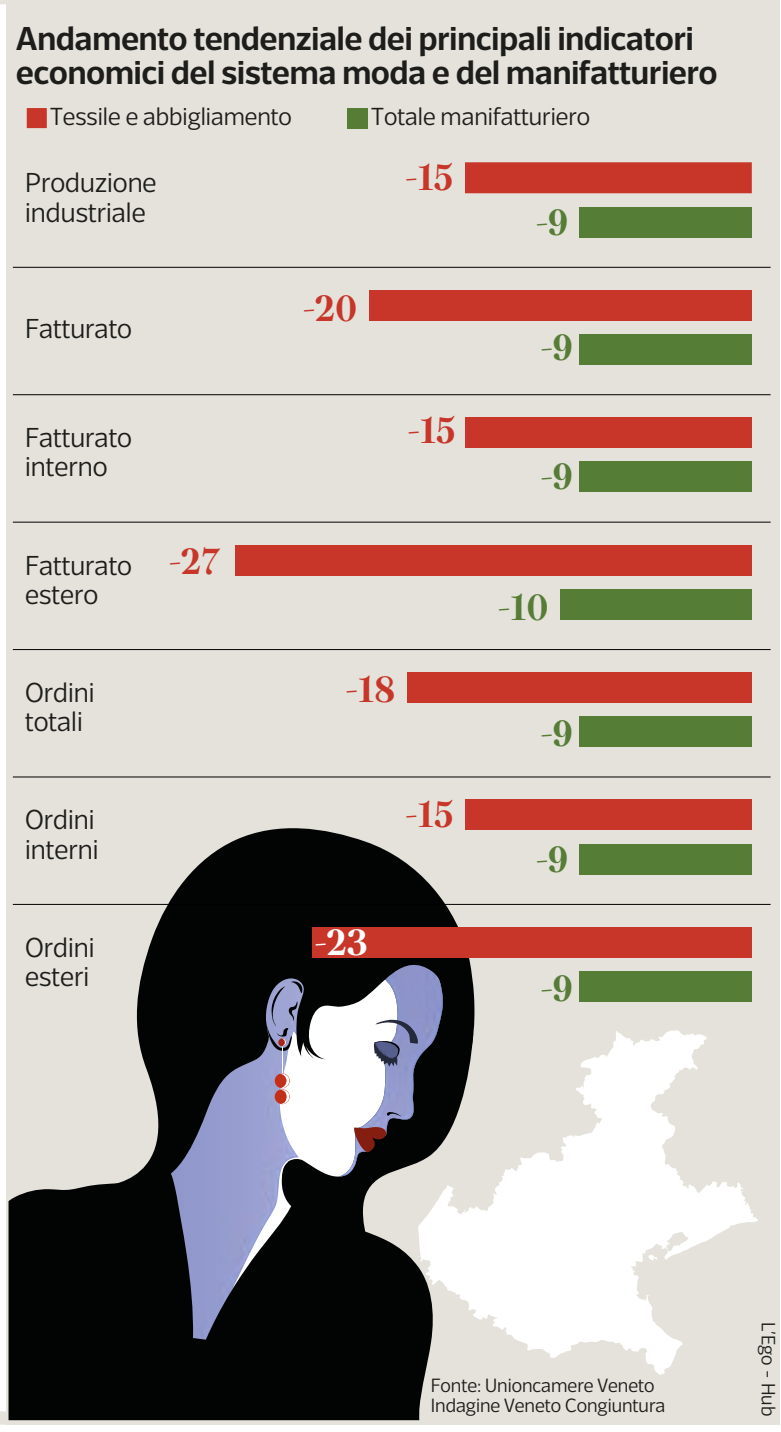
Un'analisi della demografia delle imprese Tac a Nordest: non solo Covid, negli ultimi 5 anni il calzaturiero ha ceduto l'11,3% delle aziende. Nel sistema moda domina l'incertezza

Le scarpe? Hanno perso terreno





Il complesso sistema imprenditoriale che va dal tessile all'abbigliamento passando per le calzature e la pelletteria, simbolo del made in Italy nel mondo, è sicuramente uno dei comparti che ha risentito maggiormente della crisi provocata dalla pandemia. Il settore moda è, dopo la meccanica, la prima industria italiana.

Nelle tre regioni del Nordest - Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia - il settore ha un valore aggiunto complessivo che ammonta a 4,6 miliardi di euro, pari al 18% del totale nazionale, ed è costituito da 9.430 imprese attive (il 12% del totale italiano), concentrate principalmente in Veneto. Guidano la classifica Vicenza (dove si concentra il 20,9% delle imprese nordestine della moda), Padova (20,7%) e Treviso (16,5%). Se a Vicenza la produzione trainante riguarda la concia e le pelli, Treviso e Padova primeggiano nella realizzazione di abbigliamento e calzature.

Oltre la metà delle imprese del sistema moda a Nordest opera nell'abbigliamento, il 24,8% nelle calzature e il restante 16,3% nel tessile. La filiera è caratterizzata dall'operare di un pulviscolo di imprese di piccole dimensioni: quasi il 70% infatti ha meno di 5 addetti, oltre il 57% sono costituite da imprese individuali e il 67% ha natura artigiana. L'intera catena di fornitura viene suddivisa tra una molteplicità di attori, a causa della varietà di materiali utilizzati, tecnologie richieste e prodotti da creare. Gli attori coinvolti sono, pertanto, specializzati su singoli stadi produttivi e segmenti di prodotto. Nelle tre regioni il comparto dà lavoro a oltre 93 mila addetti, circa il 15% dell'occupazione nazionale dedita alla moda.

Lo shock provocato dal Covid non si è ancora manifestato sul bilancio demografico delle imprese, che invece rispecchia una «nati-mortalità» congelata e fa presagire un comportamento attendista. Secondo i dati del Registro Imprese, elaborati da InfoCamere, nel 2020 le imprese attive nel settore moda rispetto a un anno prima sono diminuite del -2,4% e, rispetto a un quinquennio fa, del -9,4%, contrazione imputabile quasi unicamente alla crisi del comparto in Veneto. Il peggioramento della demografia di impresa del sistema moda ha riguardato principalmente il calzaturiero, che in 5 anni ha perso complessivamente a Nordest l'11,3% delle imprese (-4,3% solo nell'ultimo anno). L'andamento demografico dell'imprenditoria nordestina è apparso complessivamente caratterizzato da una diffusa incertezza sull'evoluzione della pandemia. La forte contrazione dei flussi di iscrizioni e cancellazioni delle imprese suggerisce, dunque, cautela nella quantificazione delle conseguenze del forzato rallentamento delle attività in molti ambiti economici.

La sofferenza del sistema moda emerge anche dai dati dell'indagine VenetoCongiuntura di Unioncamere del Veneto, che fotografa una dinamica poco confortante: i principali indicatori economici hanno infatti registrato nell'anno Covid flessioni importanti, di intensità negativa maggiore rispetto alla media manifatturiera veneta. Il fatturato è crollato di quasi il 20% rispetto all'anno precedente (-9,3% la media regionale), la produzione del 15%, ascrivibile al secondo trimestre 2020 per i provvedimenti restrittivi e le limitazioni alla vita sociale. A tutto ciò si aggiunge anche la grave crisi della domanda esterna, con una riduzione del volume d'affari di oltre un quarto (-27,4%), e interna (-14,5%). Il clima rimane a tutt'oggi inevitabilmente complesso e incerto per l'evoluzione sconosciuta della pandemia e per la situazione di incertezza sui mercati internazionali. Le difficoltà emergono anche sul versante occupazionale: secondo i dati elaborati da Veneto Lavoro, il sistema moda ha chiuso il 2020 con un bilancio di 1.070 posizioni lavorative in meno rispetto al 2019, effetto di una consistente contrazione delle assunzioni.

Giovanna Guzzo
Area studi e ricerche Unioncamere

© RIPRODUZIONE RISERVATA

57%

Un problema di dimensioni
Il 57% delle aziende della filiera della moda è costituito da imprese individuali (e quasi il 70%, cioè la stragrande maggioranza, non arriva ai 5 addetti)

La spinta dell'e-commerce

Pantofole artigianali e sneakers d'autore: il Made in Veneto corre sulla Rete

Pantofole artigianali e sneakers personalizzate, in Veneto ci sono due aziende di nicchia della moda che hanno registrato un boom nelle vendite online durante la pandemia. Ecco le loro storie.

La prima è LeClare, pantofoleria trevigiana con sede a Barcon, frazione di Vedelago: l'azienda vanta un marchio registrato e vende in tutta Europa e negli Stati Uniti. «Nel 2020 abbiamo creato il nuovo sito e-commerce www.leclare.it - spiega la fondatrice Clara Perin -. I risultati in un anno così difficile sono stati esorbitanti: il 70% del nostro fatturato è generato oggi dalla vendita online, abbiamo registrato picchi di richieste perché la gente, rimanendo sempre di più a casa, compera meno scarpe e più pantofole, per star comoda durante lo smart working». Limitando l'analisi alle vendite online, lo scorso anno Le Clare ha registrato un +43%. Un ottimo risultato per un marchio artigianale che esiste dal 2004 e che oggi produce 15.000 paia di pantofole (erano la metà fino a 5 anni fa).

Ma il mondo e-commerce sta dando soddisfazioni anche a NiRa Rubens, marchio specializzato nelle sneakers dipinte a mano e personalizzate, con sede nella Riviera del Brenta. Quindici dipendenti, 2 milioni di fatturato (il 15% circa proveniente dall'online) e 30 mila scarpe prodotte: sono questi i numeri aziendali, che stanno crescendo da quando i titolari hanno esteso le vendite a livello europeo e negli Stati Uniti. I fondatori sono Nicoletta Giacon e il marito Ramon Gobbo: «Abbiamo iniziato la nostra avventura nella vendita on line soltanto nel 2019, adesso stiamo raccogliendo i primi risultati - spiega Gobbo. Stimiamo una crescita del fatturato del 20/25% per quest'anno, già a febbraio i numeri sono raddoppiati: contiamo di arrivare a mezzo milione di euro solo sull'e-commerce».

Durante la pandemia è dunque cresciuta anche la nicchia delle sneakers originali. «Il tratto distintivo dei prodotti NiRa Rubens sta nella loro originalità - spiega Giacon -. Nel laboratorio artistico. gli artigiani formati all'Accademia delle belle arti di Venezia decorano con diverse tecniche ciascun modello ideato dai nostri designer. I simboli universali della stella, del cuore, le scritte e i disegni sono reinterpretati e dipinti a mano, sperimentando nuove soluzioni cromatiche. Le nostre decorazioni sono tutelate dal deposito di design di modello internazionale».

A supportare la crescita di entrambe le aziende c'ha pensato Marketplace mentor, lo strumento ad hoc utilizzato dalla 28enne Eleonora Calvi Parisetti e dalla società di consulenza da lei fondata, Growers Agency. Già fra i maggiori esperti di Amazon (ha alle spalle due manuali sulle vendite online editi da Hoepli), Calvi Parisetti aiuta le imprese a far fruttare al massimo le possibilità dell'e-commerce tramite Amazon e sul web in generale. «La pandemia ha reso ancor più serrata la concorrenza nella vendita online - dice Calvi Parisetti -: i casi di successo delle aziende che seguiamo sono uno spaccato di come Amazon sia un'opportunità davvero per tutti: con un'attenta analisi di mercato e le giuste indicazioni, l'online può diventare un moltiplicatore decisivo per il fatturato e uno strumento essenziale per il made in Italy».

Ma.Pi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VkVSlyMjVm9sb0Vhc3lSZWFkZXJfUmNzIyMjZGJjOGZhODUtZjgzNy00MDVhLWEyNDMtOWE1YjVkYmJlZDdhIyMjMjAyMS0wMy0wOFQyMTozNjo0NCMjI1ZFUg==