

COMUNICATO STAMPA

**FORUM DELLE IMPRESE E DEGLI IMPRENDITORI
DEL CALZATURIERO DI PISTOIA E LUCCA**

**CASSA DI RISPARMIO DI PISTOIA E DELLA LUCCHESIA
OSPITA UN FORUM, ORGANIZZATO IN COLLABORAZIONE CON
CONFINDUSTRIA TOSCANA NORD**

- **Un confronto tra studiosi, banca e imprenditori sulle potenzialità e lo sviluppo del settore calzaturiero di Lucca-Lamporecchio**
- **Approfondimenti su innovazione e flessibilità produttiva, formazione del capitale umano, reti d'impresa e internazionalizzazione**
- **Il ruolo della banca, dal credito alla collaborazione per lo sviluppo**

Pistoia, 23 febbraio 2016 – **Cassa di Risparmio di Pistoia e della Lucchesia**, in collaborazione con **Confindustria Toscana Nord**, ospita il “**Forum delle imprese e degli imprenditori del calzaturiero di Pistoia e Lucca**”, un convegno sui due distretti calzaturieri tra la piana di Lucca e l’area di Lamporecchio.

Dopo i saluti del presidente di Cassa di Risparmio di Pistoia e della Lucchesia, **Alessio Colomeiciuc**, e di **Marcello Gozzi**, Direttore di Confindustria Toscana Nord, il confronto è stato avviato da **Enrico Mongatti**, responsabile area Organizzazione/ufficio studi Confindustria Toscana Nord, e da **Fabrizio Guelpa** della Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo, che ha illustrato un Rapporto realizzato da Intesa Sanpaolo sulla situazione del settore Calzaturiero del territorio tra Lucca e Lamporecchio, area contigua geograficamente ma con due distretti produttivi diversificati per specializzazione di prodotto.

L’offerta del polo lucchese è infatti concentrata sul sandalo casual e da passeggio di fascia medio-economica, con forte incidenza di articoli *unbranded*. L’area di Lamporecchio, invece, comprende prodotti di qualità medio-alta, in particolare mocassini da uomo. Molte imprese di quest’area lavorano come terzisti per marchi di prestigio esterni all’area geografica. Le due aree vedono inoltre alcune aziende che a partire dagli anni Novanta sono riuscite a sviluppare un proprio brand anche inserendosi in nicchie di mercato dinamiche, come ad esempio le calzature per bambini.

Entrambi i distretti sono accomunati da una fase di difficoltà, che dal 2001 al 2011 ha portato ad una contrazione nel numero delle unità locali e degli addetti: per l’area lucchese, da 3940 a 2097 addetti e da 551 a 351 unità locali; per quella della provincia pistoiese, da 3735 a 2348 addetti e da 479 a 334 unità locali. La buona propensione all’export (128mila euro per addetto a Lamporecchio e 56mila a Lucca), nonostante una flessione in particolare nelle vendite sui mercati maturi come Regno Unito, Germania e USA, è riuscita a sostenere la produzione delle aziende del territorio, sebbene anche i primi nove mesi del 2015 evidenzino ancora difficoltà (-4,1% a Lamporecchio e -2,3% a Lucca).

Tra le problematiche ricorrenti, da un lato l’esternalizzazione produttiva, che ha penalizzato la subfornitura locale, e le difficoltà nel formare e reperire manodopera specializzata, dall’altro la limitata dimensione delle imprese distrettuali e l’assenza di grandi imprese, con effetti quali scarsità di investimenti nel processo produttivo, debolezza della rete di vendita, inadeguatezza delle competenze manageriali e di marketing, ed infine fragilità finanziaria.

La crescita del fatturato di numerose aziende del calzaturiero di Lucca-Lamporecchio testimonia tuttavia la capacità di fronteggiare la crisi in modo efficace, attraverso il riposizionamento strategico sui mercati – ad esempio con la registrazione di brand a livello internazionale – la differenziazione su prodotti ad alto valore aggiunto, l’alta qualità dell’offerta grazie alla quale alcune imprese sono entrate nell’orbita di grandi griffe, e altre hanno anche proposto articoli a marchio proprio.

Competenze artigianali, presenza di un indotto di subfornitura di qualità, flessibilità dell’organizzazione produttiva, sviluppo completo della filiera produttiva, propensione all’export e sensibilità ai temi dell’eco-sostenibilità sono tra i punti di forza che il territorio ha e deve incentivare, anche grazie ad iniziative da parte degli Enti locali.

Le testimonianze di aziende quali la **Alberto Gozzi Spa** hanno evidenziato le sfide e le strategie evolutive per il settore: innovazione di prodotto e riposizionamento verso l’alto con ricerca di design e cura dei materiali sono leve competitive su cui puntare, insieme all’utilizzo di nuove tecnologie, il rafforzamento commerciale e le politiche di branding, la ricerca di nuovi mercati di sbocco e l’inserimento in nicchie di mercato come quelle delle calzature per bambino, prodotti ortopedici, calzature di sicurezza e scarpe confortevoli.

Il credito è l’altro fronte sensibile: **Umberto Alunni**, direttore generale di Cassa di Risparmio di Pistoia e della Lucchesia, ha spiegato come la banca abbia messo a disposizione, negli anni, varie forme di sostegno, dalle tradizionali linee di smobilizzo al factoring, dai finanziamenti dedicati per gli investimenti. Oggi però oltre al credito appare importante consolidare il vantaggio competitivo delle aziende del settore, la specificità e la qualità delle produzioni che esprime: incentivare – anche da parte del sistema bancario – tutte le innovazioni di processo e di prodotto che portino a realizzare produzioni di qualità diventa un obiettivo primario, insieme al superamento della frammentazione aziendale. Puntare su formazione, investimenti in ricerca e sviluppo – anche in collaborazione con università e centri di ricerca – formazione di reti di impresa o valorizzazione di contratti di filiera.

Per informazioni:

Gruppo Intesa Sanpaolo

Ufficio Media Banca dei Territori e Media Locali

055 2612550 stampa@intesasanpaolo.com