



## Rapporto distretti «Sportsystem o cambia o muore»

FERRAZZA A PAGINA 3

# «Sportsystem, o cambia o muore»

*Il rapporto fotografa la crisi: «Manca la cultura d'impresa, finito un modello»*

di Daniele Ferrazza

**MONTEBELLUNA.** C'è un bivio davanti al distretto dello Sportsystem: da una parte il declino e dall'altra il rilancio. E' l'allarme lanciato dal primo rapporto dell'Osservatorio nazionale distretti, pro-

mosso dalla Federazione che riunisce 45 «cluster» in tutta Italia e che prende in esame novantadue città-impresa, di cui ben venti nel Veneto. L'avviso è senza appello: o si cambia o si muore.

Nella terra che ha visto nascere lo scarpone da sci, adesso le scarpe da montagna rappresentano meno del 10 per cento della produzione montebellunese.

Se mezzo secolo fa il volto industriale di Montebelluna era rappresentato da Gianni Munari, che portava la Dolomite sul K2, e da Adriano Vaccari, che ha costruito la Nordica, adesso l'immagine del distretto è quella di Mario Moretti Polegato che inventa «la scarpa che respira» Geox e la porta in Borsa e quella di Andrea Tomat che da manager della Lotto ne diventa proprietario e poi presidente degli industriali del Veneto.

Il rapporto dell'Osservatorio distilla i dati dell'Istat e del Censis, di Unioncamere e della Fondazione Edison, di Intesa SanPaolo e di Confindustria. Riferisce la situazione complessiva dei distretti: che perdono il 20 per cento dell'export e lasciano per strada migliaia di persone. Anche se il modello distretto favorisce la coesione sociale ed impedisce il fenomeno dei disoccupati in piazza perché l'85 per cento delle imprese ha meno di nove addetti. L'analisi del distretto di Montebelluna è generosa nel passato, severa nel futuro: «La coesistenza di imprese diverse per dimensione, strategia e tipologia di prodotto, dalla multinazionale al laboratorio artigiano» è stata la carat-

teristica. I montebellunesi sono stati bravissimi a delocalizzare per primi, quando trent'anni fa facevano fare le scarpe a Taiwan e in Corea. Attualmente il distretto attinge a molto terziario: uffici, servizi all'impresa, banche. Ma «la cultura d'impresa nel distretto è molto limitata e le aziende che hanno una visione internazionale sono pochissime, anche perché manca un adeguato ricambio generazionale. La governance del distretto non sembra aiutare a superare questi limiti», serve più a raccogliere le risorse della Regione. E conclude: «La forma distrettuale di Montebelluna appare non più adeguata alle evoluzioni organizzative delle imprese». Insomma, il modello è finito. Serve svoltare, con coraggio e determinazione. Anche perché i figli non sono quasi mai come i padri.

Siamo nella terza fase, quella della crisi e rivitalizzazione: dove «il fenomeno che più di altri caratterizza i distretti più competitivi è la presenza di imprese di solida reputazione, con brand affermati che anche a livello internazionale, di dimensioni medio grandi che spesso assumono la leadership nei distretti; imprese che hanno puntato a rafforzare la funzione commerciale con l'affermazione di marchi, investimenti pubblicitari, servizi ai clienti, negozi monomarca». E' il caso della Geox,

sempre più impresa-simbolo, che nel distretto rappresenta la metà della produzione e

«Nessun ricambio, governance che non pare più adeguata»

dei volumi di fatturato (800 milioni di euro su 2 miliardi complessivi). Lo stesso fenomeno che si registra nell'Agordino con il monopolio produttivo sempre più consistente di Luxottica.

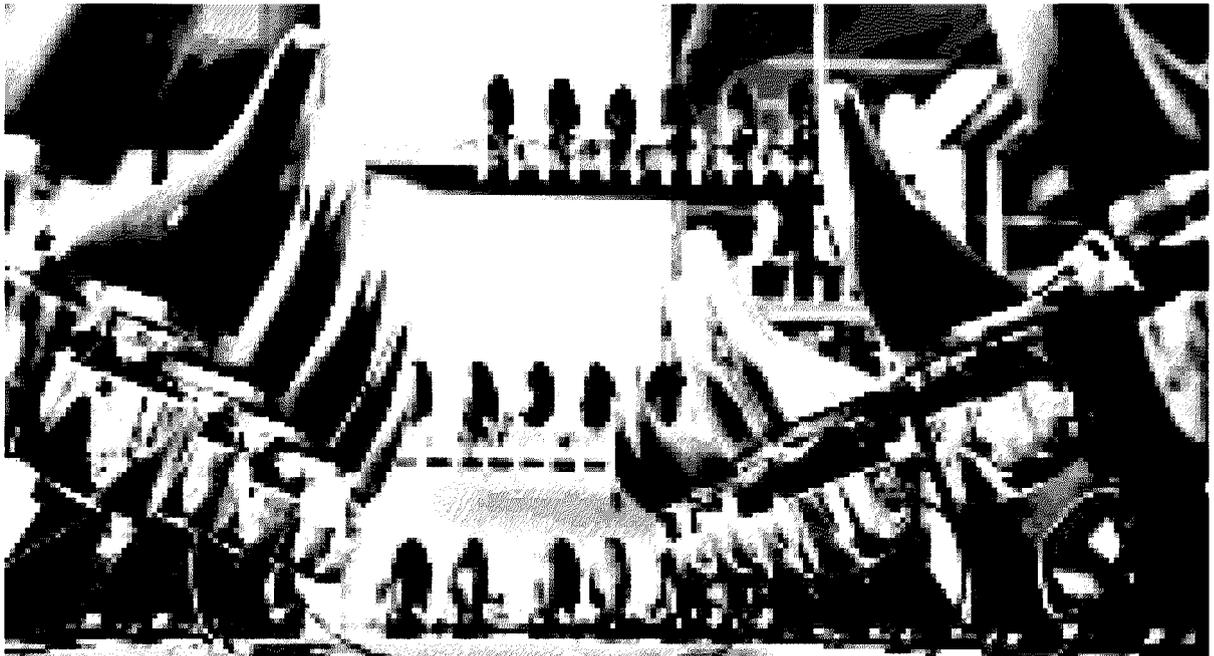
Ma per quanto in crisi, «il distretto rappresenta un sistema industriale che il mondo ci invidia» commenta Valter Taranzano, presidente dei distretti italiani, che parla di «modello italiano». «Il limite è, quasi paradossalmente, che i distretti non riescono a mettere in campo completamente la loro forza, non fanno sistema come dovrebbero». Come camaleonti, si adeguano in fretta, precedono i cambiamenti, anticipano le tendenze: senza aspettare sussidi di Stato, come invece fa la grande industria.

«Quello che non serve alle imprese — aggiunge Aldo Bonomi, vice presidente di Confindustria — è il filtro della politica: le imprese devono fare le imprese, il mondo pubblico è chiamato a creare le condizioni favorevoli alla competitività del nostro sistema e non deve interferire nella governance delle aziende».





# MOON BOOT



**I NUMERI****Quarantacinque milioni di scarpe**

**MONTEBELLUNA.** Produce ogni anno 45 milioni di paia di scarpe, come se facesse le scarpe nuove ogni anno a tutti gli spagnoli. Se fosse un'azienda, avrebbe 7500 addetti e 2,1 miliardi di euro di fatturato. E' il distretto più solido che esiste nel Trevigiano, uno dei più maturi d'Italia. Le produzioni di calzature sono iniziate alle fine dell'Ottocento, specializzandosi via via nella scarpa invernale.

Ne fotografa la consistenza il rapporto Osem della Fondazione museo dello scarpone. Quest'anno l'Osem ha mostrato in tutta evidenza come il peso di Geox e delle sue scarpe da città sia ormai preponderante sul comparto neve. Oggi vale il 42% del fatturato dell'intero distretto, e i comparti-neve, che nel 1987 pesavano per il 64%, meno del dieci per cento.

Il fatturato complessivo 2008 del distretto è pari a poco più di 2 miliardi e 127 milioni di euro, di cui il 44% è rappresentato dalle scarpe da città, il 20% dall'abbigliamento, il 15% dalle calzature tecniche, il 10% dall'invernale, il 9% dalle scarpe da montagna. I dati del 2009 non sono teneri: fatturati in calo del venti per cento, diminuzione degli addetti, forte ricorso a mobilità.