

**COMUNICATO STAMPA****Moda: Fondirigenti, manager in azienda moltiplicano potenzialità imprese calzaturiero**

19/04/2021 - Digitalizzazione, sostenibilità, economia circolare: sono questi i trend che caratterizzeranno il settore moda nel prossimo futuro. Le aziende del comparto calzaturiero, in particolare, si trovano ad affrontare un processo interno di managerializzazione passando da una conduzione esclusivamente familiare ad una più razionale e strutturata. Lo sviluppo di competenze manageriali sarà quindi strategico per affrontare le sfide imposte dai mercati e per governare i processi di cambiamento accelerati dall'avvento della pandemia. È quanto emerso dallo studio di Fondirigenti sui 'Nuovi trend e nuovi scenari. Analisi delle competenze e dei profili manageriali per le aziende del sistema moda', realizzato dal Politecnico Calzaturiero della Riviera del Brenta, in collaborazione con Fondirigenti.

I risultati del progetto sono stati presentati oggi nel corso di un webinar, al quale hanno preso parte Paolo Bastianello, vicepresidente del Politecnico Calzaturiero, Carlo Poledrini, presidente di Fondirigenti, Siro Badon, presidente di Assocalzaturifici, Laura Macchion, Antonio Cavallin e Chiara Pacquola dell'Università di Padova, e Maurizio Toso, presidente di Federmanager Veneto.

Lo studio, affidato all'Università di Padova, ha esaminato le principali tendenze sociali ed economiche che, nei prossimi anni, influenzeranno i modelli di sviluppo del comparto calzaturiero. Il periodo di realizzazione delle attività è coinciso con la crisi sistemica della pandemia da Covid 19 che ha colpito l'intero pianeta e che ha profondamente segnato il settore della moda italiana che nel 2020 (dati Istat) ha perso circa il 30% del fatturato. Una forbice ancora più evidente per Confindustria: per il terzo trimestre del 2020 la maggioranza delle imprese del settore dichiara contrazioni del 50% e oltre per una perdita stimata di circa 6 miliardi di euro. Il sistema tessile, moda e accessorio è, comunque, un settore chiave per l'economia e con più di 28,1 miliardi di euro di valore aggiunto, rappresenta il 10,6% del manifatturiero e occupa circa 600 mila addetti.

La moda *Made in Italy*, non è solo di un'eccellenza nazionale, ma mantiene il suo primato anche in Europa, sia in termini di produzione che di valore aggiunto. "Una volta superata l'emergenza sanitaria le imprese, soprattutto quelle a conduzione prevalentemente familiare, dovranno affrontare un difficile percorso di consolidamento - commenta il presidente di Fondirigenti, Carlo Poledrini - e avviare una nuova fase di crescita favorendo un processo di managerializzazione con l'obiettivo di definire nuove figure professionali con elevate competenze tecniche in grado di governare i processi di innovazione e tecnologici necessari alla ripresa".

"Partendo dai risultati dell'indagine - continua Poledrini - Fondirigenti in partnership con il Politecnico ha elaborato un modello manageriale di upgrade delle competenze, replicabile su scala nazionale, che sarà messo a disposizione della grande comunità delle imprese per definire i processi di innovazione e tecnologici necessari per la ripresa del comparto calzaturiero".

Dai risultati del progetto emerge con chiarezza la necessità di una managerializzazione che consenta alle imprese di vincere le nuove sfide imposte dai mercati. Secondo l'Istat, tuttavia, nel 2017 gli addetti del comparto calzaturiero erano in minima parte dirigenti (0,5%) e quadri (1,1%) su un totale di circa 68mila dipendenti: percentuali decisamente più basse rispetto alla media dei settori manifatturieri italiani. L'Istituto di statistica nazionale, inoltre, evidenzia che nelle aziende con almeno 10 addetti appartenenti ai settori tessile-abbigliamento, calzaturiero, pelletteria e concia, l'uso di tecnologie dell'informazione e della comunicazione è quasi sempre inferiore rispetto al totale delle attività manifatturiere.

I casi di successo esaminati sono rappresentati da aziende di piccole e grandi dimensioni, sia B2B (business tra imprese) che B2C (business rivolto al consumatore), guidate da decisori consapevoli dei cambiamenti in atto. Tali realtà si distinguono per la presenza di agenti di sviluppo dotati di competenze manageriali, capaci di avviare articolati iter di transizione e di innovazione. Sono caratterizzate dall'impiego di consulenti esterni di processo, prodotto e di formatori per favorire la riqualificazione del personale interno, con l'obiettivo di incrementarne le competenze tecniche e le soft skills. Dalla ricerca emerge, poi, che le B2B puntano alla digitalizzazione di tutte le aree aziendali, le B2C all'informatizzazione dei processi di marketing, comunicazione e vendita.

Per quanto riguarda la sostenibilità e l'economia circolare le aziende B2C mirano a sviluppare competenze manageriali nel marketing e nella comunicazione, le B2B nel campo della catena di distribuzione. Ulteriori fattori di competitività, nell'ambito delle risorse umane, sono rappresentati dallo sviluppo di soft skills, dalla trasformazione delle pratiche di routine e dall'introduzione di elementi innovativi nelle varie mansioni. Il modello che sarà trasferito alle aziende, analizzato attraverso le diverse aree di intervento per il comparto calzaturiero preso in esame, individua gli attori chiave del processo di managerializzazione, ognuno dei quali dovrà sviluppare competenze specifiche per il proprio ruolo. Gli imprenditori decisori devono: comprendere le necessità, decidere il passaggio da logiche familiari a logiche manageriali e guidare il cambiamento in azienda.

Saranno accompagnati nelle decisioni da manager/consulenti di direzione per la definizione di nuove strategie, nello sviluppo delle potenzialità del personale interno e supportati da consulenti esterni per l'innovazione. Il management interno e/o il personale interno sarà guidato nel processo delle attività aziendali da sviluppare rispetto ai trend definiti dall'agente innovatore. La funzione di regia complessiva, infine, è affidata ai consulenti di direzione e/o tecnici, consulenti specializzati, formatori e facilitatori che dovranno affiancare e supportare il manager innovatore nell'implementazione delle strategie e nei processi di apprendimento.

“Dallo studio, realizzato grazie al fondamentale supporto di Fondirigenti, emerge il valore delle competenze, che possono favorire l'avvio di percorsi di crescita e di innovazione. Le aziende prese in esame hanno dimostrato la capacità di analizzare la situazione del mercato, di guardare al proprio interno e di sviluppare, attraverso il supporto di figure dirigenziali, gli ambiti ritenuti strategici. Tale operazione richiede grande umiltà, che solitamente è sintomo di intelligenza. Il Politecnico Calzaturiero della Riviera del Brenta, prossimo a compiere cento anni, ha le competenze per mettere in relazione le esigenze delle aziende con le professionalità dei manager”, afferma il vicepresidente del Politecnico Calzaturiero, Paolo Bastianello.

“Questo lavoro di ricerca è di fondamentale importanza perché nei prossimi mesi, con l'attenuarsi dell'emergenza sanitaria, le aziende dovranno affrontare un difficile percorso di consolidamento ed iniziare un percorso di trasformazione. I fattori di spinta che possono accelerare questi processi sono rappresentati dalla ridefinizione dell'assetto organizzativo, dallo sviluppo di una nuova cultura digitale e sostenibile, dal potenziamento della dimensione immateriale dei prodotti, da

una maggiore interazione con il consumatore finale. Le buone pratiche individuate dal progetto, e la creazione di servizi per la diffusione delle competenze manageriali, possono sicuramente favorire l'avvio di questa nuova fase di crescita", dichiara il presidente di Assocalzaturifici, Siro Badon.

