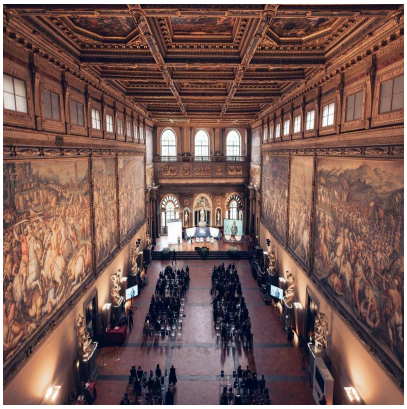


Assopellettieri, un patto di filiera per rafforzare competitivitÃ e Made in Italy

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? Si Ã¨ conclusa oggi nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, a Firenze, la sesta edizione de â??Gli Stati generali della pelletteria italianaâ??, lâ??appuntamento annuale promosso da Assopellettieri (Associazione di categoria aderente a Confindustria e parte di Confindustria Accessori Moda) con il patrocinio della Regione Toscana e in co-promozione con il Comune di Firenze. Lâ??evento ha visto la partecipazione di imprenditori, rappresentanti di brand, Istituzioni e stakeholder legati al settore. Il convegno ha fatto il punto sulle prospettive del comparto, analizzando le criticitÃ e delineando le possibili traiettorie strategiche per rafforzarne la competitivitÃ .

Dopo i saluti istituzionali della sindaca di Firenze Sara Funaro e del presidente di Regione Toscana Eugenio Giani, il messaggio del ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso ha sottolineato il valore strategico della pelletteria per lâ??economia e lâ??identitÃ del Paese. â??Consolidare la leadership italiana nel mondo richiede un impegno comune: istituzioni, associazioni come Assopellettieri e il fitto tessuto di imprese che anima i nostri distrettiâ?•, ha dichiarato Urso, assicurando che il Governo continuerÃ a fare la propria parte â??con ascolto e strumenti concreti, accanto a chi ogni giorno tiene alta la qualitÃ del Made in Italyâ?•.

Lâ??economista Carlo Cottarelli, direttore dellâ??Osservatorio sui Conti Pubblici Italiani dellâ??UniversitÃ Cattolica, ha inquadrato le prospettive della pelletteria nel contesto macroeconomico internazio-nale, evidenziando la resilienza dellâ??economia globale, con una crescita reale superiore al 3%, sostenuta anche dai consistenti investimenti nellâ??Intelligenza Artificiale. Tra le principali economie, gli Stati Uniti mantengono una crescita superiore al 2%, trainata dai consumi, mentre la Cina rallenta intorno al 4,5% a causa della crisi immobiliare interna. PiÃ¹ dinamiche lâ??India e lâ??area asiatica, con tassi di crescita compresi tra il 6,5% e il 7%, che rappresentano interessanti opportunitÃ nel medio periodo, insieme al mercato nordamericano. Cottarelli ha tuttavia richiamato gli svantaggi competitivi del sistema Paese italiano rispetto ad altri concorrenti europei, come la Spagna, che registra una crescita del 2-3%: in Italia pesano lâ??eccesso di burocrazia, una pressione fiscale superiore di sei punti percentuali, costi energetici piÃ¹ elevati del 57% per le pmi e la diffusa difficoltÃ nel reperire manodopera. I lavori sono poi entrati nel vivo con lâ??analisi dello Studio Strategico realizzato da Assopellettieri in collaborazione con la Liuc Business School, presentato da Massimiliano Serati (dean della Liuc Business School).

Dallo studio emerge come nel 2024 lâ??Italia si sia confermata come primo polo produttivo europeo della pelletteria, con circa 4.300 imprese e una quota pari a quasi il 48% del fatturato dellâ??Unione Europea. Nel 2025 il settore ha generato 11,4 miliardi di euro di fatturato e 9,8 miliardi di export, che fanno del nostro Paese il terzo esportatore mondiale dopo Cina e Francia. Tuttavia, lâ??intero comparto vive dal 2023 una complessa fase di contrazione (-15,5% di fatturato stimato al 2026 rispetto al 2023 e una perdita di circa 5.000 addetti). Il rischio maggiore, sottolinea lo studio, Ã¨ che la chiusura di imprese specializzate e lâ??uscita di professionalitÃ qualificate producano una perdita di competenze difficile da ricostruire. Si potrebbe configurare cosÃ¬ un vero e proprio paradosso industriale: lâ??eccesso di capacitÃ produttiva di oggi e il conseguente processo di ridimensionamento, potrebbe incidere domani in scarsitÃ di manifattura qualificata.

Lâ??indagine evidenzia, inoltre, una svolta strutturale dei consumi. Tra il 2019 e il 2023 oltre lâ??80% della crescita del lusso Ã¨ dipesa dallâ??aumento dei prezzi. Oggi i consumatori sono piÃ¹ selettivi e chiedono qualitÃ reale, durabilitÃ , eccellenza manifatturiera e tracciabilitÃ . Nello studio sono configurati tre scenari di mercato al 2035, dal piÃ¹ negativo al piÃ¹ favorevole e le implicazioni industriali che ne conseguono, indipendentemente da quale prevarrÃ , la componente maggiormente critica per la competitivitÃ del sistema sarÃ la capacitÃ di mantenere e rinnovare le competenze specialistiche di pelletteria.

default watermark

Lo studio traccia quindi cinque direttrici strategiche di politica industriale per il periodo 2026-2030. Un programma nazionale per custodire le competenze dâ??eccellenza, strumenti per la soliditÃ patrimoniale e la continuitÃ delle imprese, una filiera digitale e verificabile basata su standard condivisi e interoperabili, unâ??internazionalizzazione mirata su mercati selezionati e il rafforzamento delle collaborazioni tra committenti e fornitori.

Coerentemente con lo studio, la presidente di Assopellettieri, Claudia Sequi, ha lanciato la proposta di un â??Patto di filieraâ?? che nasce dalla volontÃ di mettere a sistema le tre anime della pelletteria italiana â?? brand del lusso, player di filiera e pmi a marchio proprio â?? e si fonda su principi base quali interdipendenza, responsabilitÃ condivisa e collaborazione. Il percorso si propone di avviare quattro tavoli di lavoro operativi. Il primo, dedicato al capitale umano e alla continuitÃ manifatturiera, punta a rendere di nuovo attrattivi i mestieri della pelletteria, favorire il ricambio delle competenze e i passaggi generazionali.

Il secondo affronta crescita e competitivitÃ della filiera: superare il tradizionale individualismo con reti, alleanze e aggregazioni che non cancellino lâ??identitÃ delle singole aziende. Lâ??obiettivo non Ã¨ semplicemente difendere le imprese esistenti, ma costruire un sistema industriale piÃ¹ solido, piÃ¹ competitivo e capace di generare maggiore valore; questo deve essere distribuito lungo la filiera affinchÃ© tutte le aziende che ne fanno parte possano non solo far fronte alla gestione economica corrente ma, attraverso una remunerazione adeguata delle loro competenze e margini congrui, abbiano le risorse da investire in qualitÃ , sostenibilitÃ e innovazione.

Il terzo tavolo sarÃ dedicato a compliance e armonizzazione delle informazioni, con lâ??auspicio di ridurre la complessitÃ degli adempimenti spesso moltiplicati. Il quarto, infine, vuole promuovere un racconto comune del Made in Italy a sostegno dellâ??internazionalizzazione, anche attraverso un

rafforzamento della collaborazione con Maeci, Agenzia ICE, Sace, Simest e CDP e valorizzando anche il ruolo delle manifestazioni fieristiche internazionali che si svolgono in Italia.

La tavola rotonda dedicata alle strategie di internazionalizzazione ha visto il confronto tra Giovanni Bozzetti (presidente di Fondazione Fiera Milano), Raffaele Scalese (business development director de Il Bisonte), Matteo Ferrando (director, technology & AI innovation di Wpp Media) e Maurizio Forte (direttore centrale per i settori dellâ??export di Agenzia Ice). Al centro del confronto anche il ruolo del sistema fieristico come piattaforma di visibilitÃ internazionale e volano economico oltre allâ??AI come nuovo canale di comunicazione, contatto e vendita.

Nel suo intervento il presidente di Confindustria, Emanuele Orsini, ha definito la perdita di circa 5.000 addetti nel settore pelletteria dal 2023 â??un campanello dâ??allarme per tutto il nostro sistema produttivoâ?• e ha sottolineato la necessitÃ di rafforzare le piccole e medie imprese sul piano finanziario, tecnologico e organizzativo: â??Non vogliamo quindi proteggere le piccole imprese perchÃ© restino piccole, ma metterle nelle condizioni di crescere e diventare ancora piÃ¹ competitiveâ?•. Orsini ha richiamato anche la revisione della legge quadro sullâ??artigianato, chiedendo che il sapere artigiano sia valorizzato senza creare differenze nel trattamento dei lavoratori o squilibri nella concorrenza tra imprese, mantenendo anche la possibilitÃ di comunicarlo sulla base delle specificitÃ produttive senza legarlo alla tipologia dâ??impresa.

default watermark

â??I dati confermano che la pelletteria occupa una posizione centrale nel Made in Italy, ma oggi questo patrimonio Ã¨ a rischio. Non possiamo dare per acquisite nÃ© la nostra ereditÃ nÃ© la leadership conquistata: dobbiamo tradurre la leadership manifatturiera in una vera e propria leadership economica. Nessuno puÃ² affrontare da solo le sfide globali. Con il Patto di filiera passiamo dallâ??analisi allâ??azione: proponiamo unâ??alleanza tra brand, player di filiera e pmi. Tutelare la continuitÃ manifatturiera significa preservare contemporaneamente le competenze delle persone e quelle imprenditoriali, garantendo alle aziende margini congrui per investire in qualitÃ , sostenibilitÃ e innovazioneâ?•, ha dichiarato Claudia Sequi. Lâ??evento Ã¨ stato realizzato con il supporto di Fondazione Fiera Milano e ha visto Intesa Sanpaolo nel ruolo di main sponsor. Si ringraziano le associazioni Confindustria Accessori Moda, Confindustria To-scana Centro e Costa, Assomac, Confindustria Moda e Unic, unitamente ai sostenitori Starhotels Group, Deda Stealth, Unoglam, Cantini Lorano, Gi Group, Lampo (Ditta Giovanni Lanfranchi), Il Papil-lon, TecnoGi, Aon e DB Group.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Novembre 19, 2026
Autore
redazione

default watermark