

Moda Artigiana e Contoterzismo tra continuità e trasformazione

TOSCANA

Dott. Andrea Manuelli
Dott. Alessio Monticelli

Localglobal

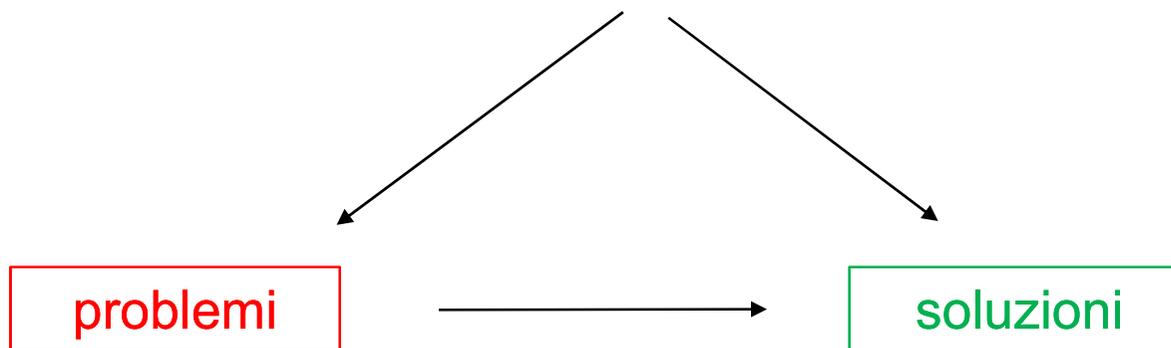
Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



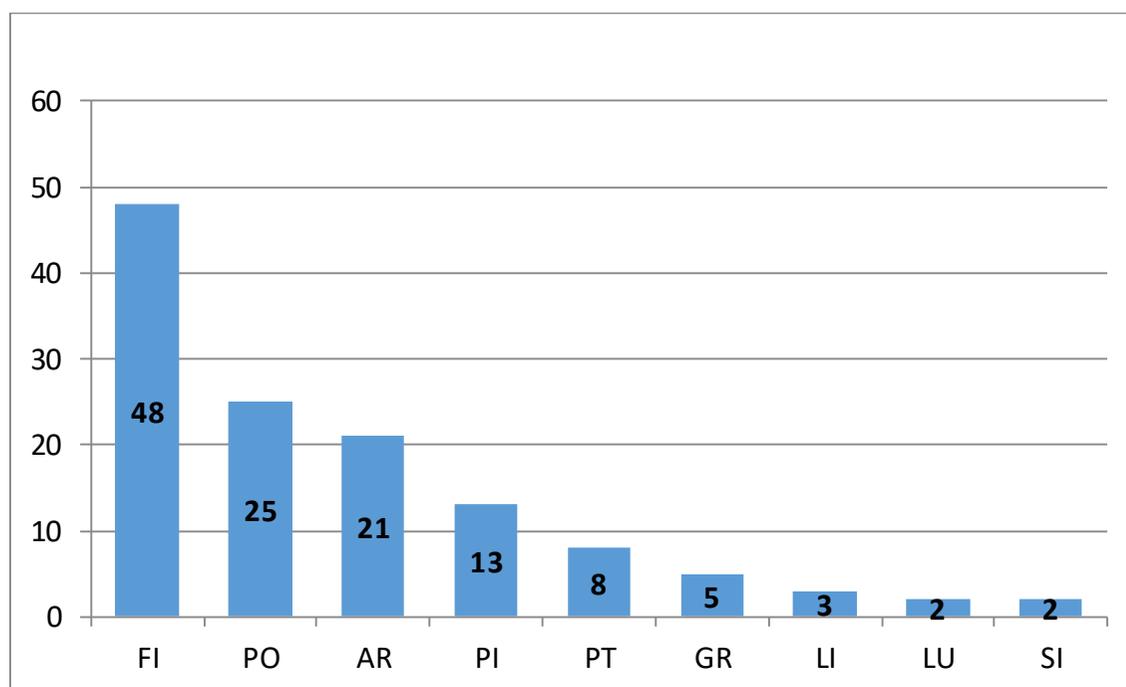
Obiettivi dell'indagine CNA moda e contoterzismo

- Anagrafica impresa e caratteristiche
- **Dinamica aziendale**
- Posizione azienda rispetto al contoterzi
- **Opinioni/valutazioni/strategie**



Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Composizione del campione



- **127** imprese sulle dieci province toscane
- Firenze, Prato e Arezzo presentano la maggiore incidenza, seguono poi Pisa e Pistoia



Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana

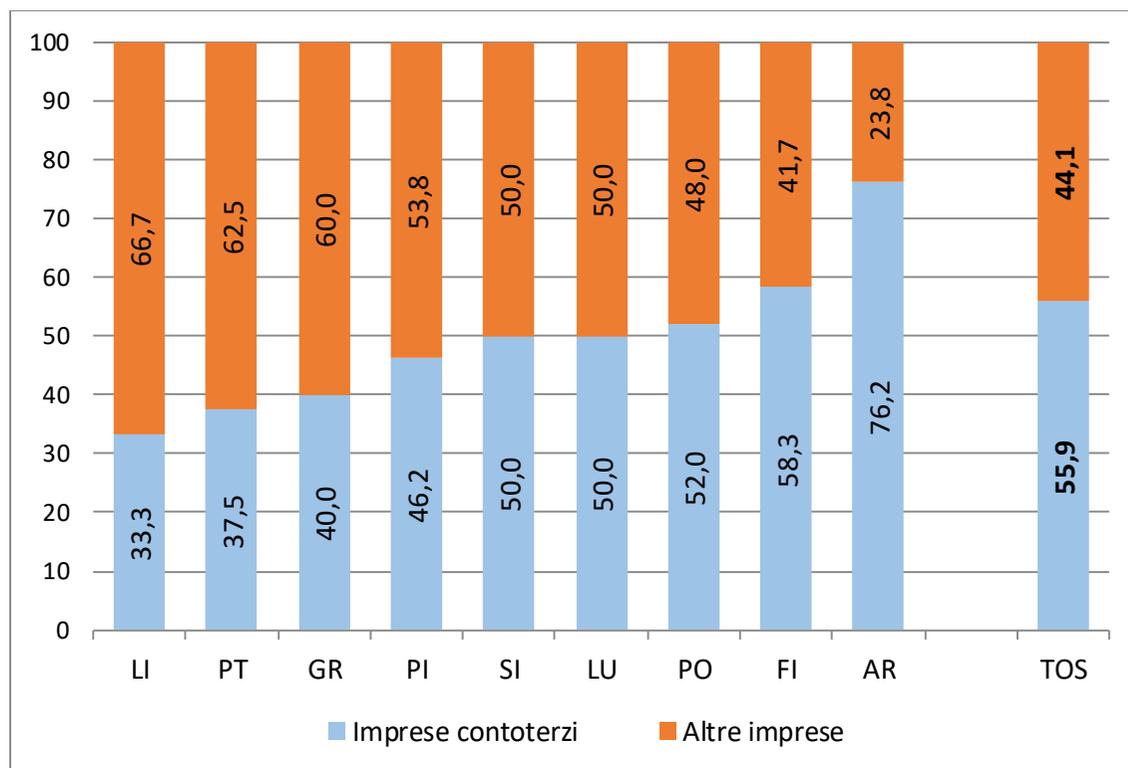


Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Composizione del campione: imprese contoterzi e altre imprese

Valori %



- Composizione del campione che riflette la numerosità delle risposte (imprese contoterzi più motivate a rispondere)
- Contesti produttivi locali in forma più «strutturata» e con più relazioni tra imprese



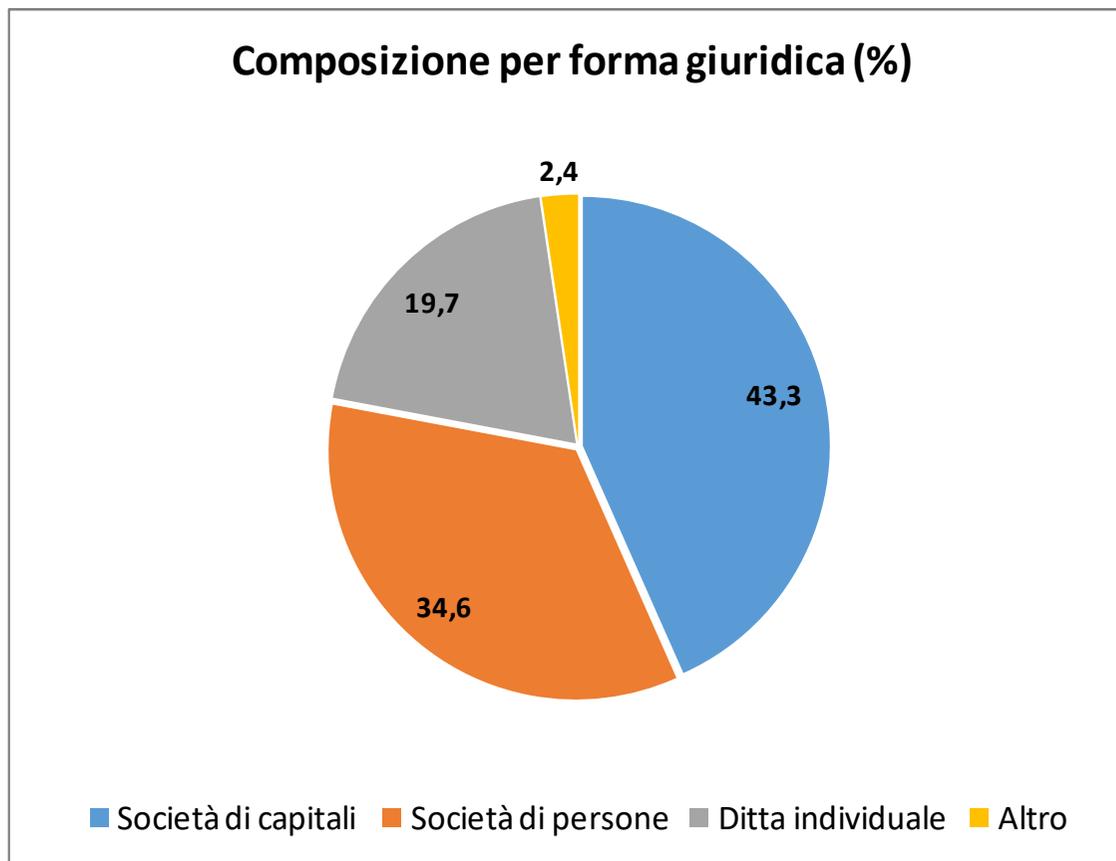
Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Composizione del campione: forma giuridica



- Composizione del campione con imprese anche relativamente più strutturate (es. società di capitali: «gruppo di controllo»)



Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



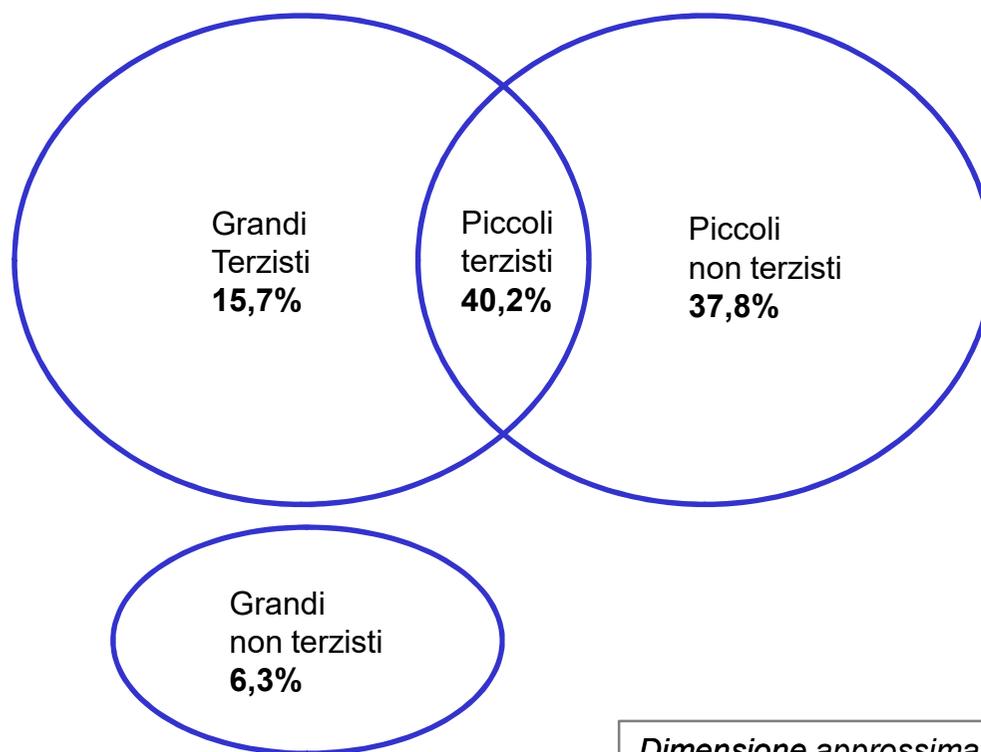
Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Composizione del campione: caratteristiche (imprese e contoterzismo)

Valori %

Contoterzismo



Dimensione approssimata considerando le imprese fino a 15 addetti e quelle oltre 15 addetti



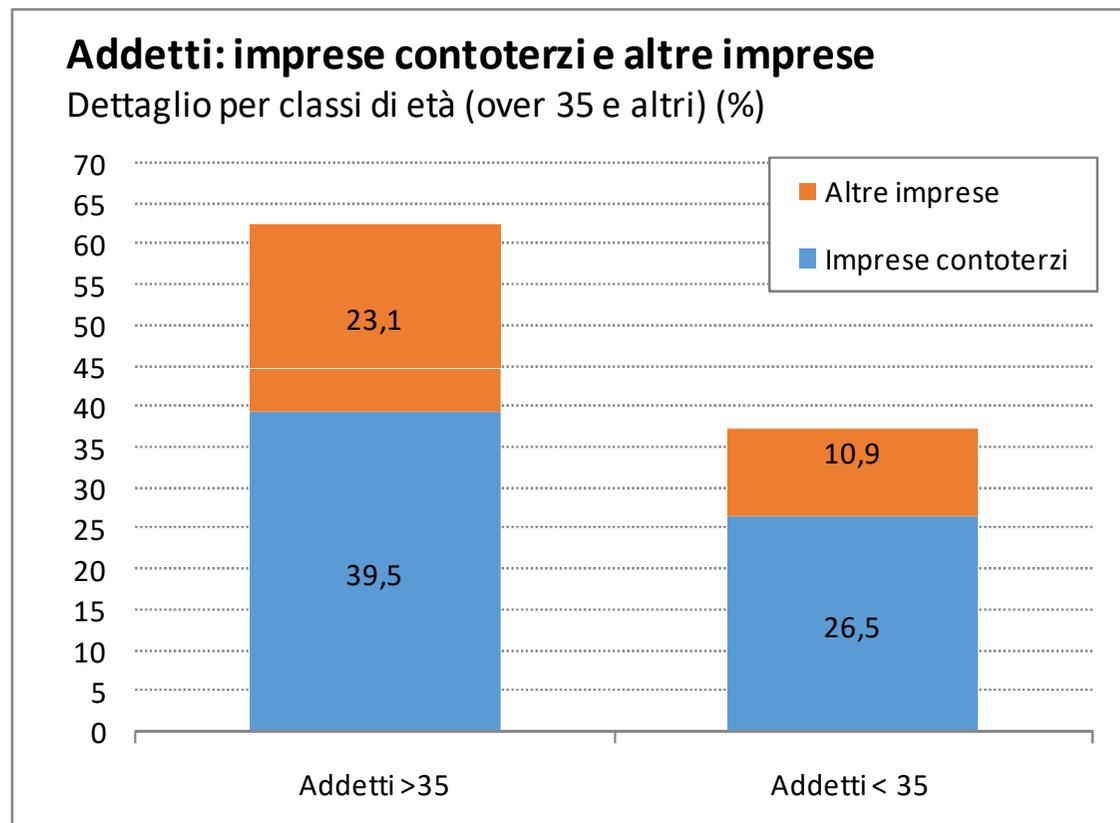
Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Composizione del campione: età degli addetti



- Composizione del campione con imprese dove sono soprattutto presenti addetti >35 anni
- In particolare nelle imprese contoterzi
- “effetto-esperienza”



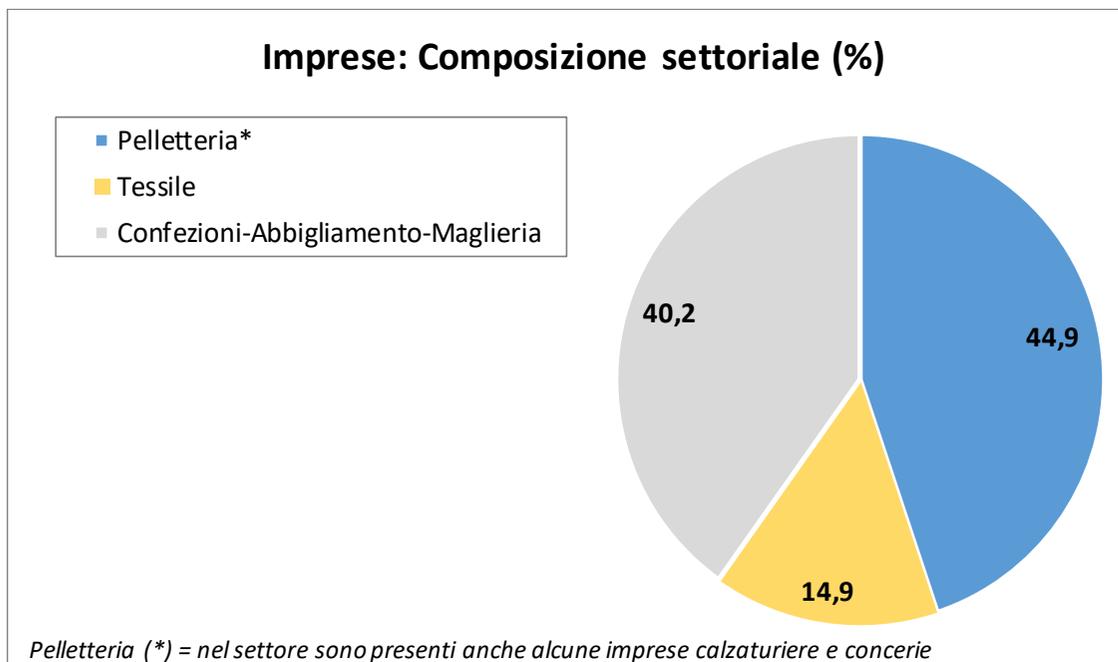
Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Composizione del campione: settori economici

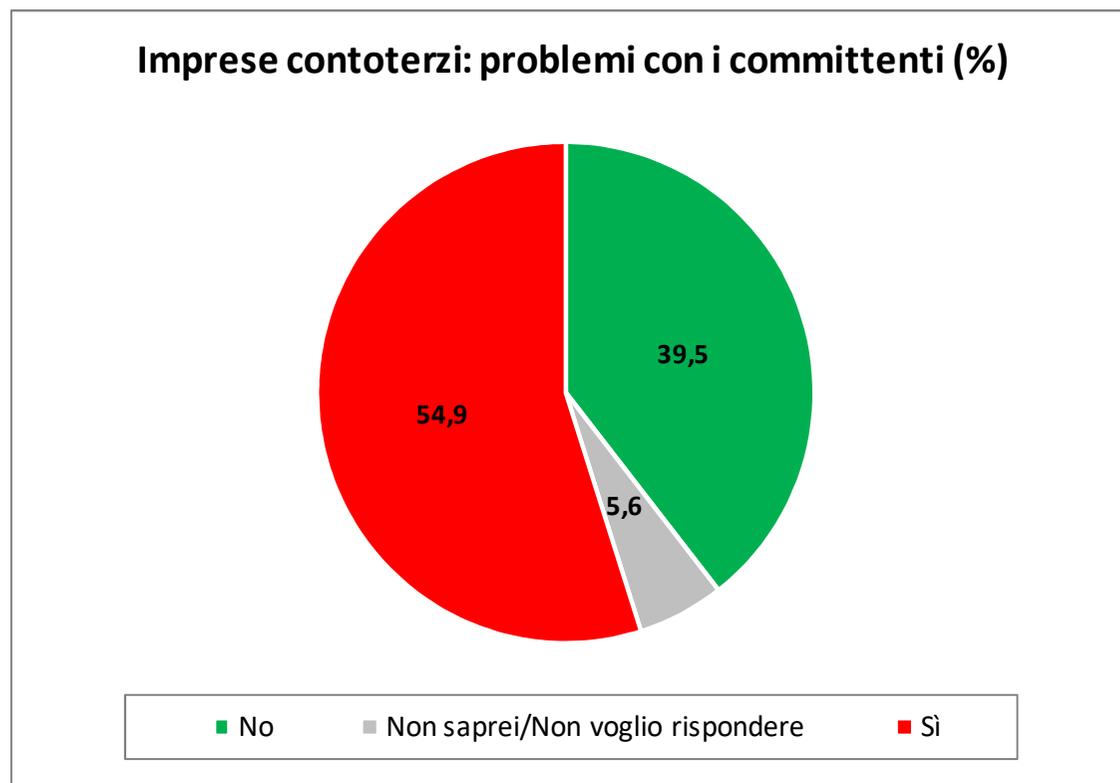


	Imprese contoterzi	Altre imprese	Totale
Pelletteria*	37	20	57
Tessile	10	9	19
Confezioni-Abbigliamento-Maglieria	24	27	51
TOTALE	71	56	127



Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Azienda e lavorazione contoterzi: problematiche



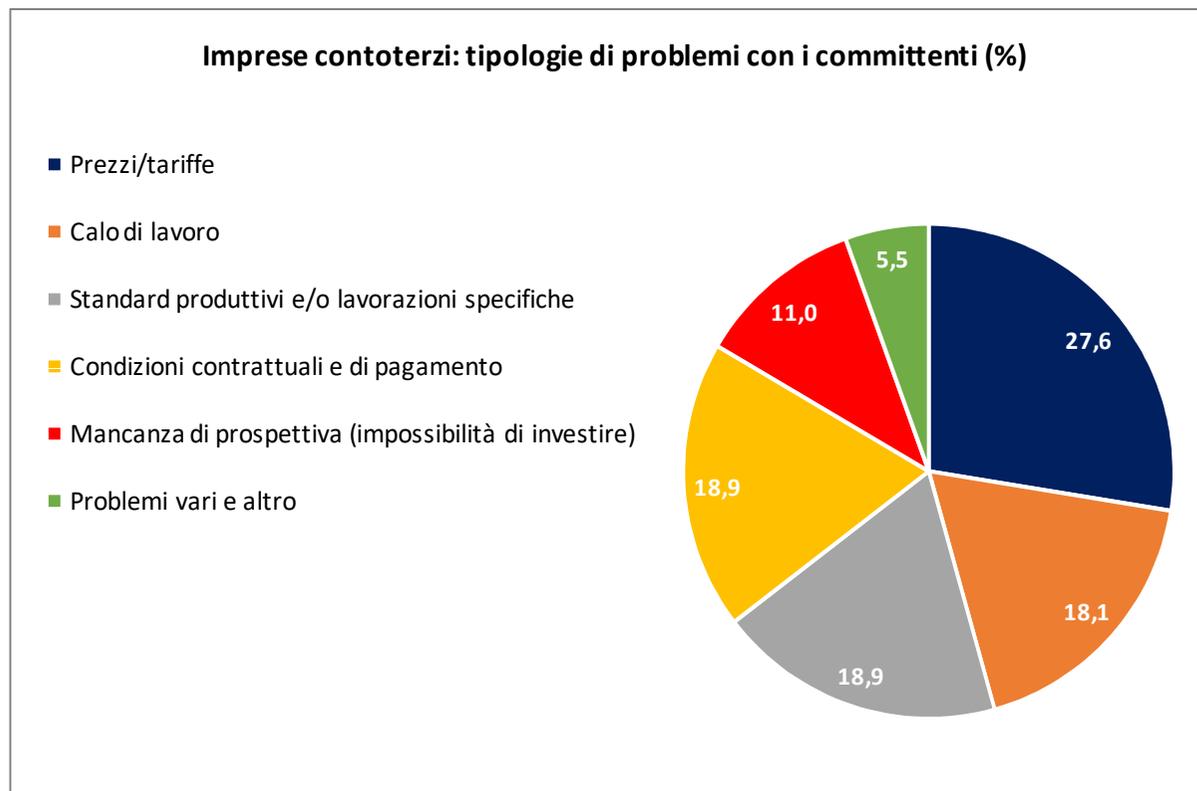
Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Azienda e lavorazione contoterzi: tipologie di problemi



Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



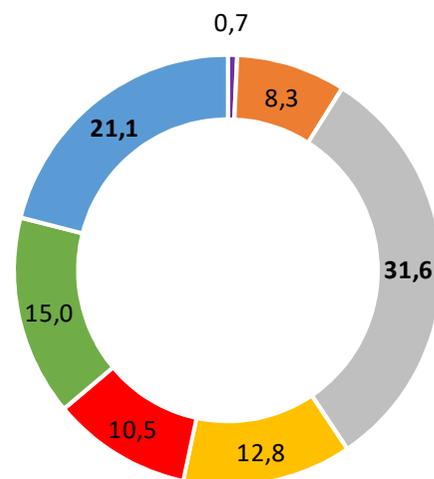
Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Azienda e lavorazione contoterzi: strategie di recupero/sviluppo

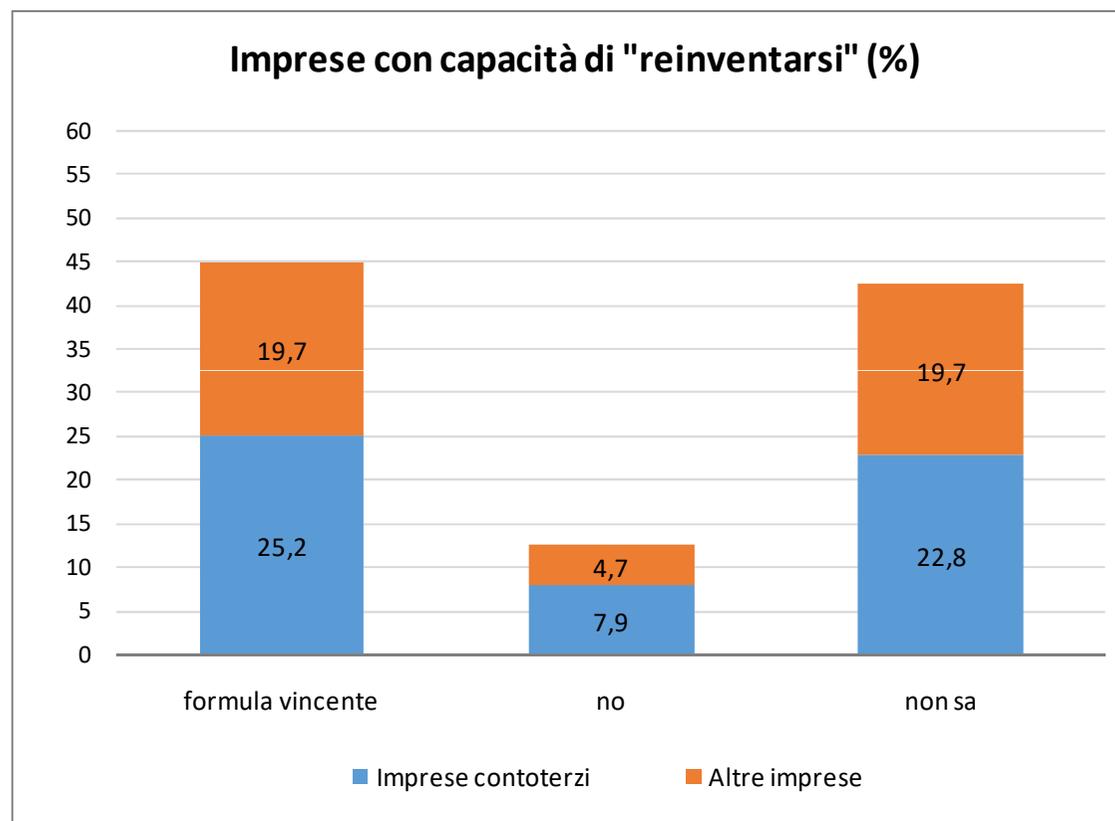
Azioni per recuperare quote di mercato (%)

- Abbassare le tariffe
- Diventare più flessibile
- Diversificare e trovare altri committenti
- Investire su nuovi macchinari
- Formare/assumere persone
- Innovare sulle lavorazioni offerte
- Nulla di diverso da quello che già faccio



Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Opinioni/Valutazioni/Strategie: "formula vincente"



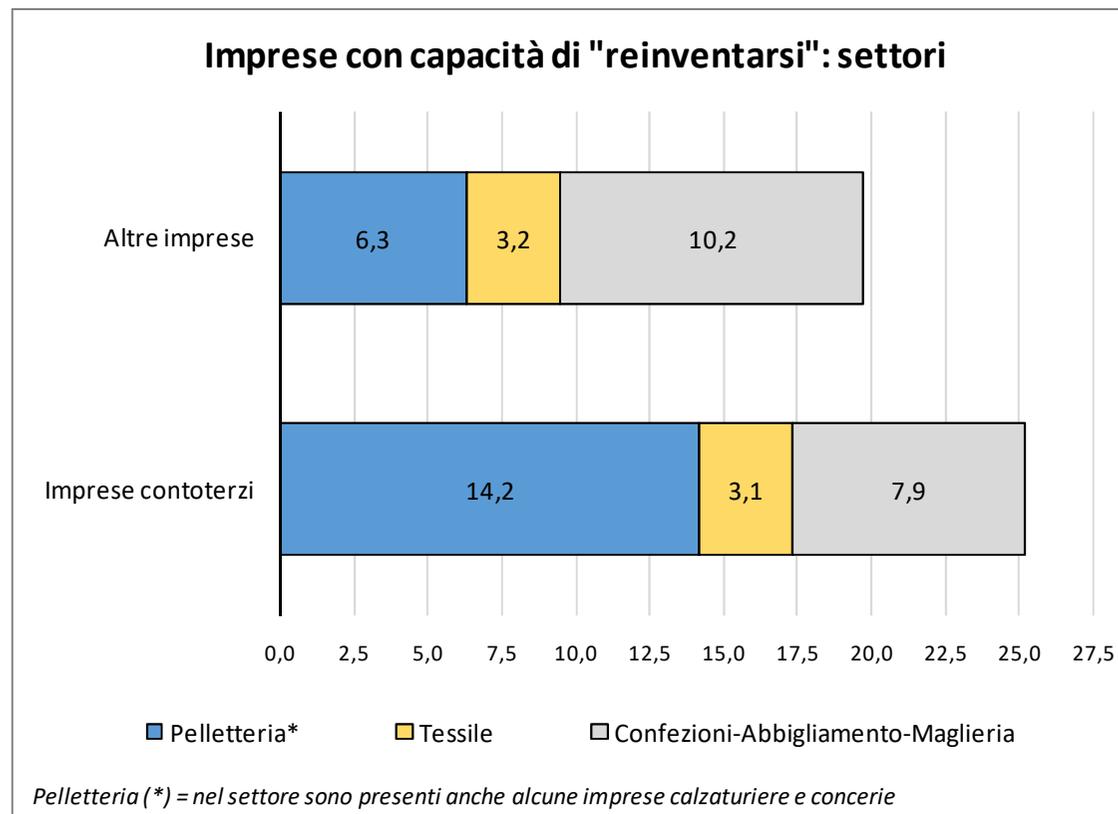
Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

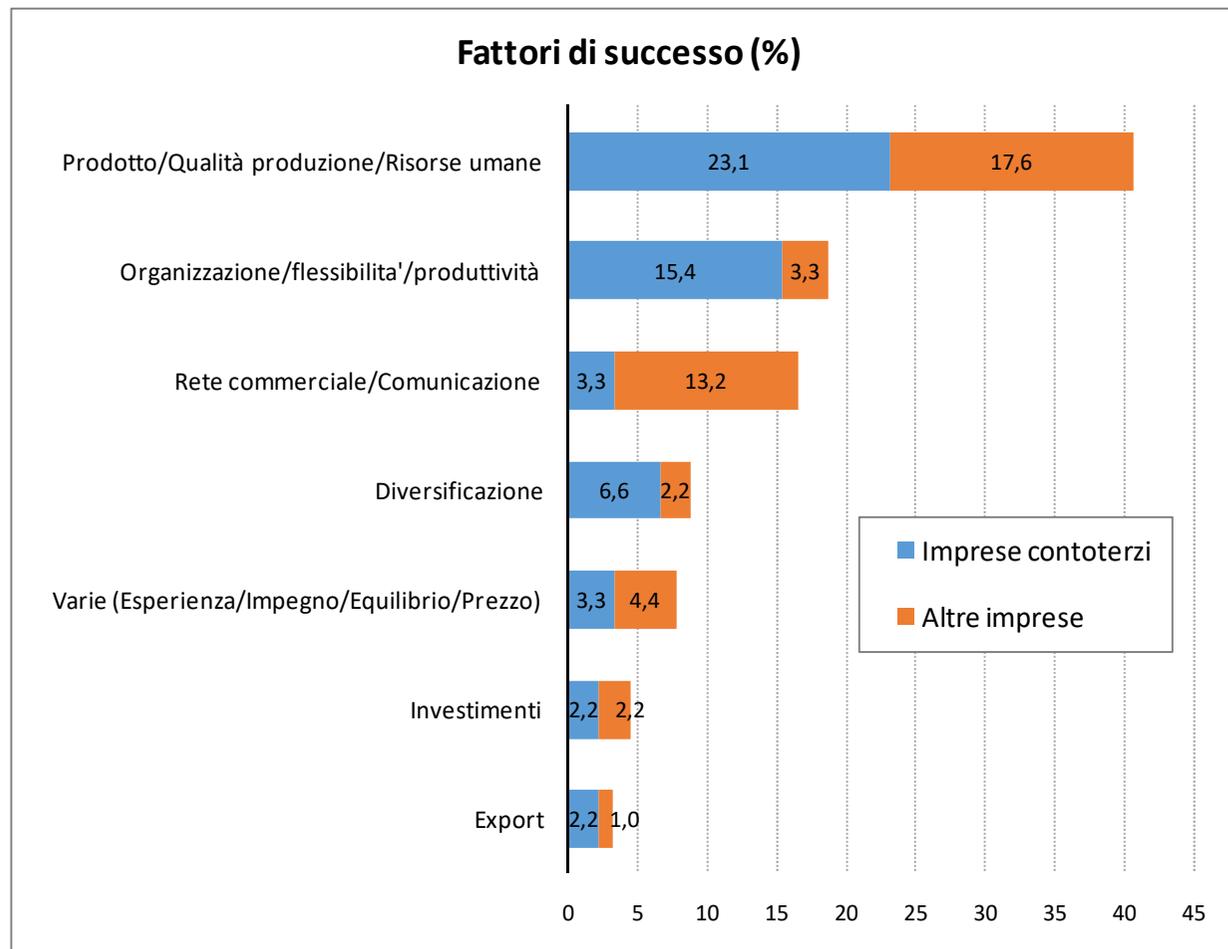
Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Opinioni/Valutazioni/Strategie: "formula vincente" (settori)



Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Opinioni/Valutazioni/Strategie: fattori di successo



Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Fattori di successo: dettaglio delle risposte delle imprese

Prodotto- Qualità-HR- Investimenti

CONTOTERZI

- Serietà, professionalità, bravura nella manualità
- Formare dipendenti (prodotto di qualità);
- Investimenti in tecnologia per sostenibilità produttiva

ALTRE IMPRESE

- Specializzazione
- Qualità/originalità
- Nuovi prodotti acquisendo nuovi marchi

Organizzazione- Flessibilità- Produttività

CONTOTERZI

- Buona capacità organizzativa/gestionale
- *“Si lavora bene e in modo rapido”*
- *“essere molto flessibili e diversificare prodotti (...) a scapito dell’utile”*

ALTRE IMPRESE

- Riorganizzazione interna funzioni operative
- *“dinamicità/impegno di tutti a trovare soluzioni a problemi”*
- Comprimere costi inutili

Rete commerciale- Comunicazione- Export

CONTOTERZI

- *“affacciarmi a nuovi mercati”*
- *“particolare attenzione andamento mercati internazionali”*

ALTRE IMPRESE

- *“impegno costante a trovare un’identità forte sul mercato”*
- Costante attività di promozione/comun.ne
- e-commerce

Diversificazione

CONTOTERZI

- *“cambiamento”*
- *“offro dei servizi diversi (...)”*
- *“capacità di convertire il lavoro verso ciò che il mercato richiede con i costi del mercato”*

ALTRE IMPRESE

- *“versatilità prodotti/attività”*

Varie

CONTOTERZI

- Impegno
- Gestione del titolare ed esperienza

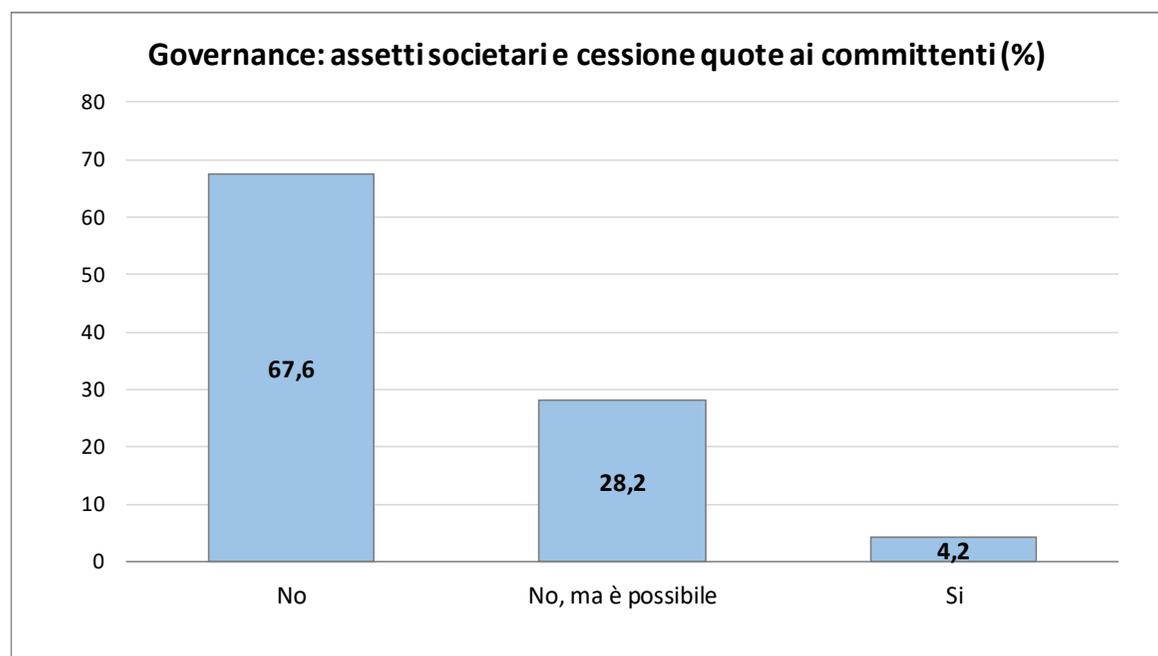
ALTRE IMPRESE

- Introduzione di una vasta gamma di prodotti nuovi e molto impegno personale e apertura di un laboratorio/punto vendita in un posto con il target giusto di clientela



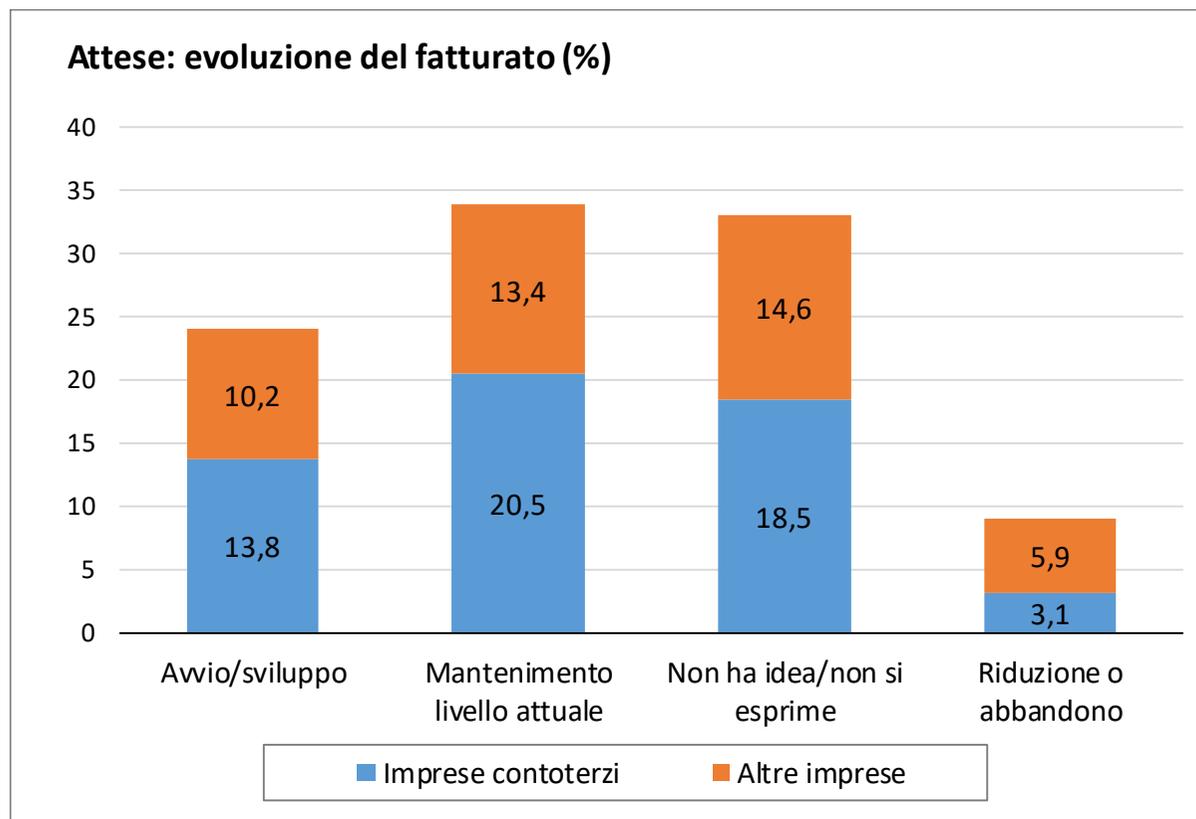
Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Azienda e lavorazione contoterzi: “fidelizzazione”



Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Aspettative a medio-lungo termine



Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana

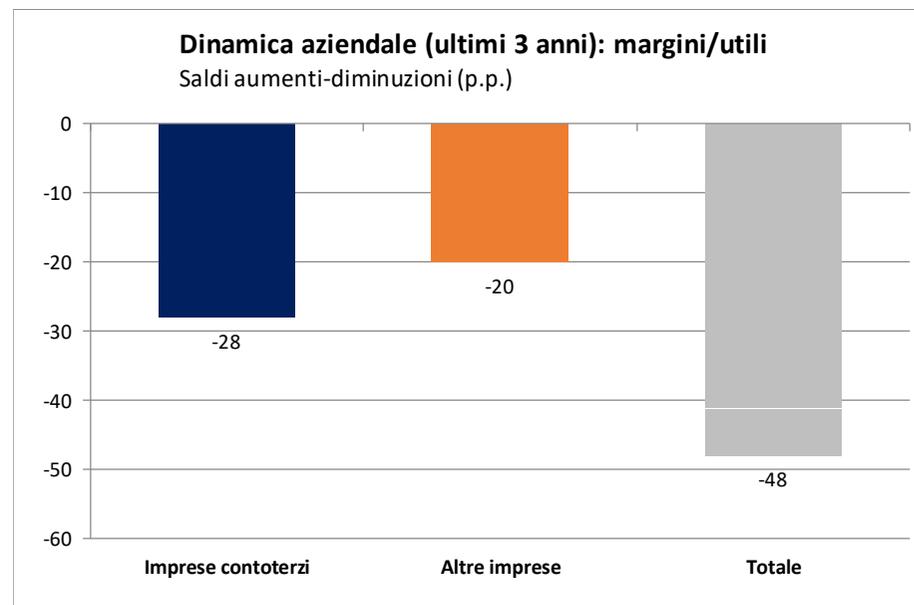
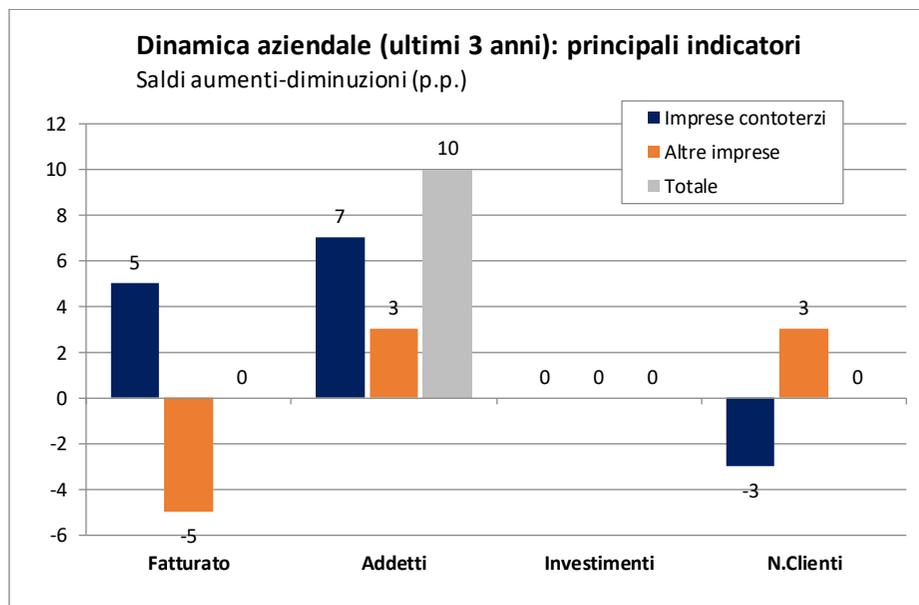


Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Dinamica aziendale

Saldi aumenti-diminuzioni (p.p.)



- Addetti “positivi”
- Situazione “mista”, ma margini e utigli rappresentano un elemento che si riflette sulla capacità di investimento e rinnovamento dell’imprese, nonché sulla possibilità di stimolare la costituzione di nuove imprese → quindi settori non (poco) attrattivi



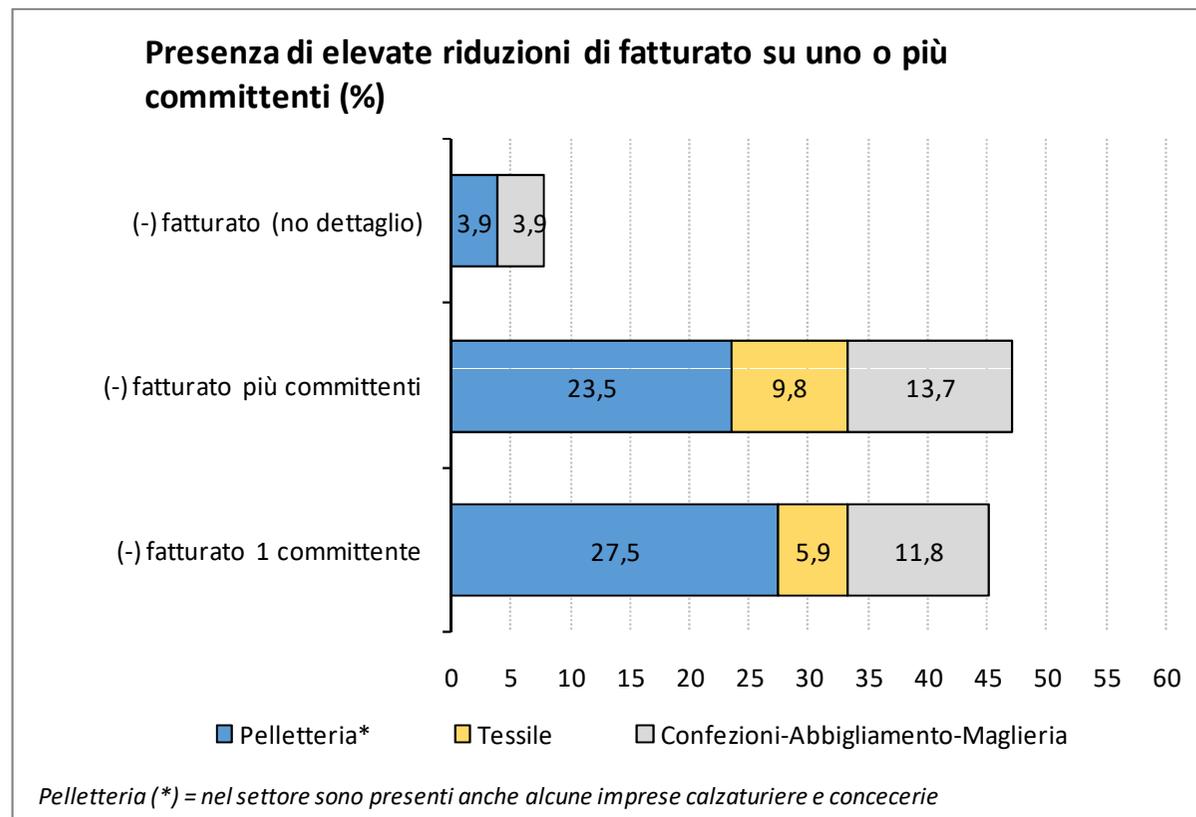
Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Azienda e lavorazione contoterzi: fatturato e “mono-committenza”



Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana

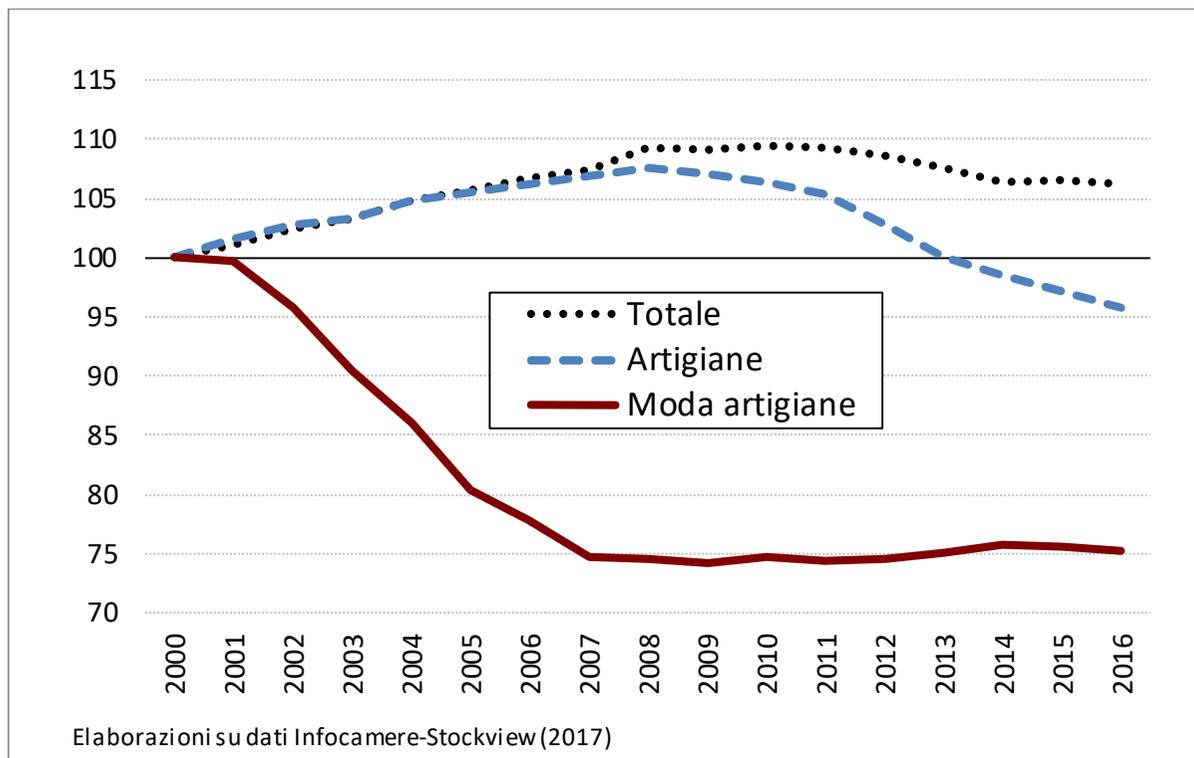


Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Dinamica delle imprese attive toscane (2000-2016)

Totale, imprese artigiane e imprese artigiane-moda

n. indice 2000 = 100



Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Composizione delle imprese attive per nazionalità dei “titolari” Totale e sistema Moda (artigiane e non) – anno 2016

Valori % - Toscana

	TOTALE IMPRESE		IMPRESE MODA	
	Non Artigiane	Artigiane	Non Artigiane	Artigiane
Italiane	86,0	80,2	61,2	50,7
Straniere	11,3	19,7	35,3	49,2
n.c.	2,7	0,1	3,5	0,1
Totale	100,0	100,0	100	100

Elaborazioni su dati Infocamere-Stockview (2017)



Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana

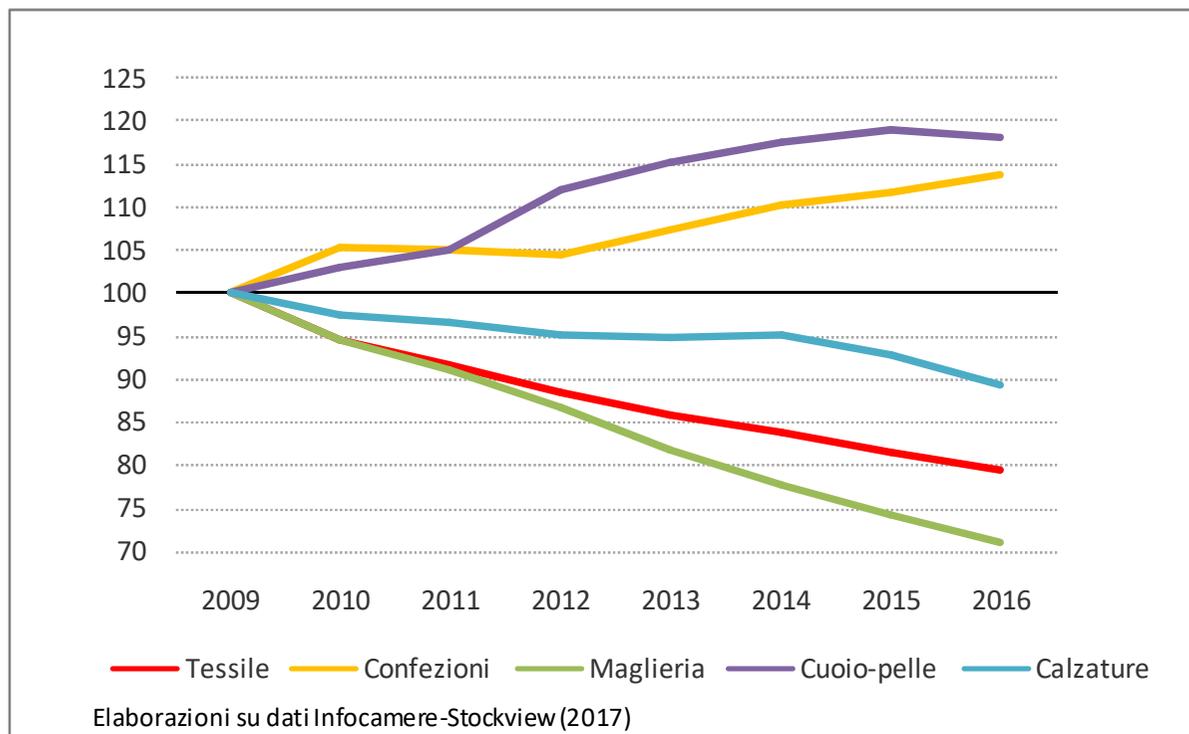


Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Dinamica delle imprese attive (2009-2016)

Settori Moda – Imprese artigiane

n. indice 2009 = 100 - Toscana



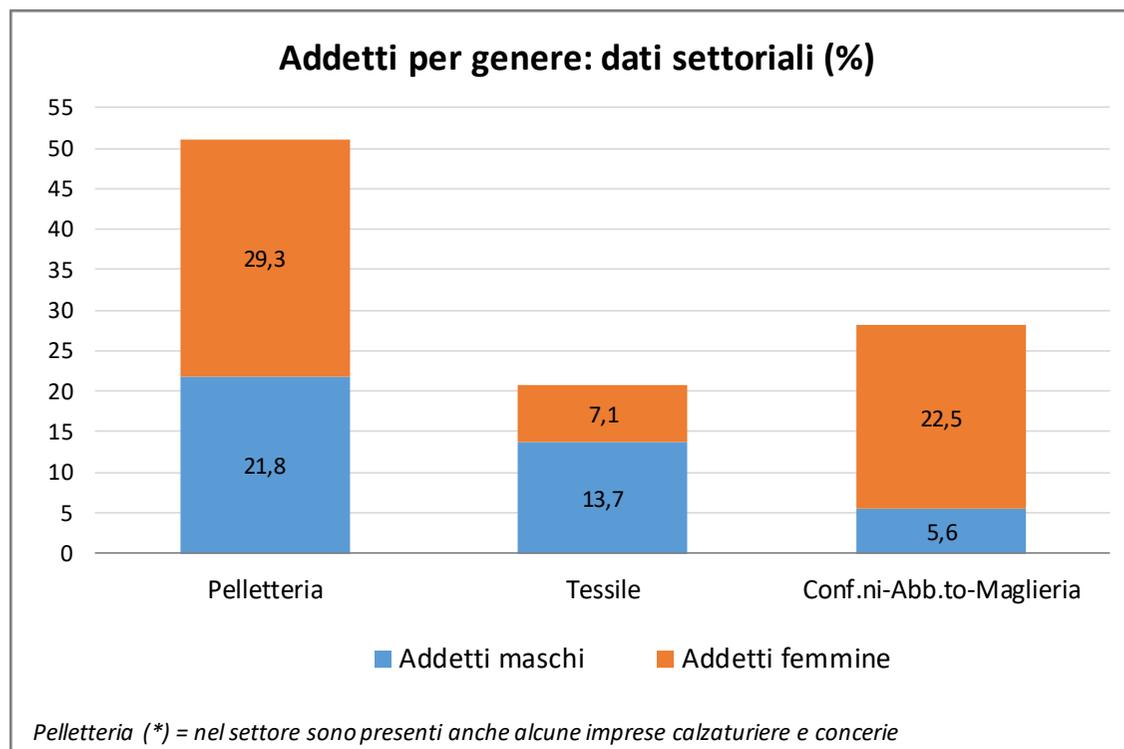
Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Campione – risorse umane: elevata “femminilizzazione”



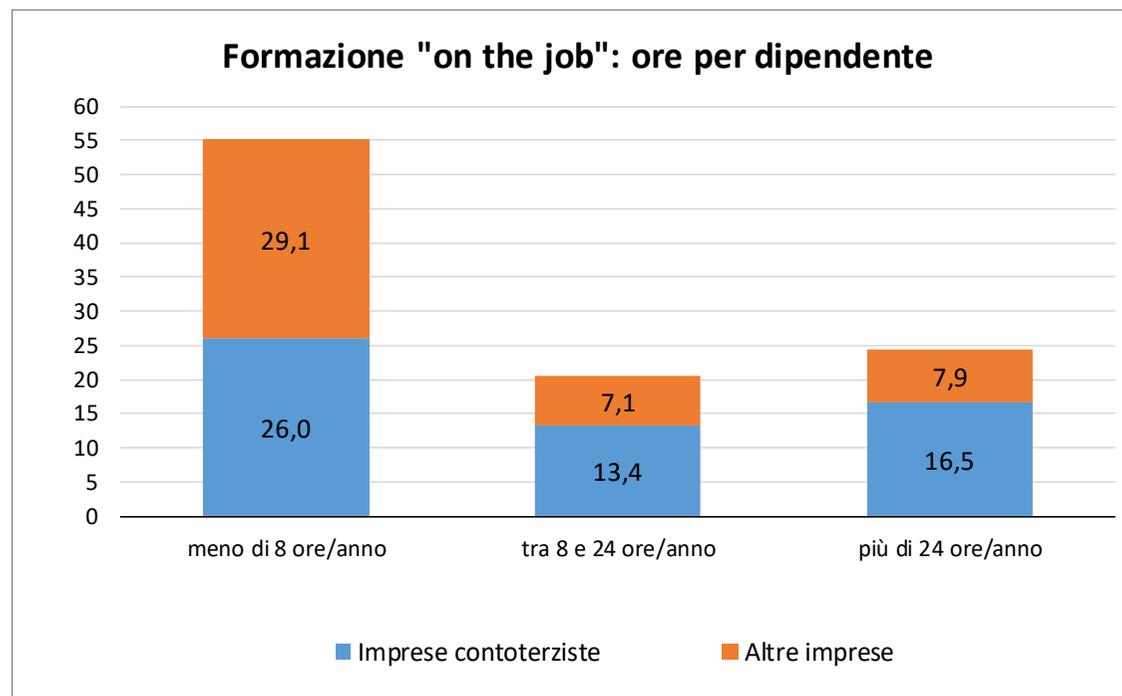
Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Campione – risorse umane: formazione “on the job”



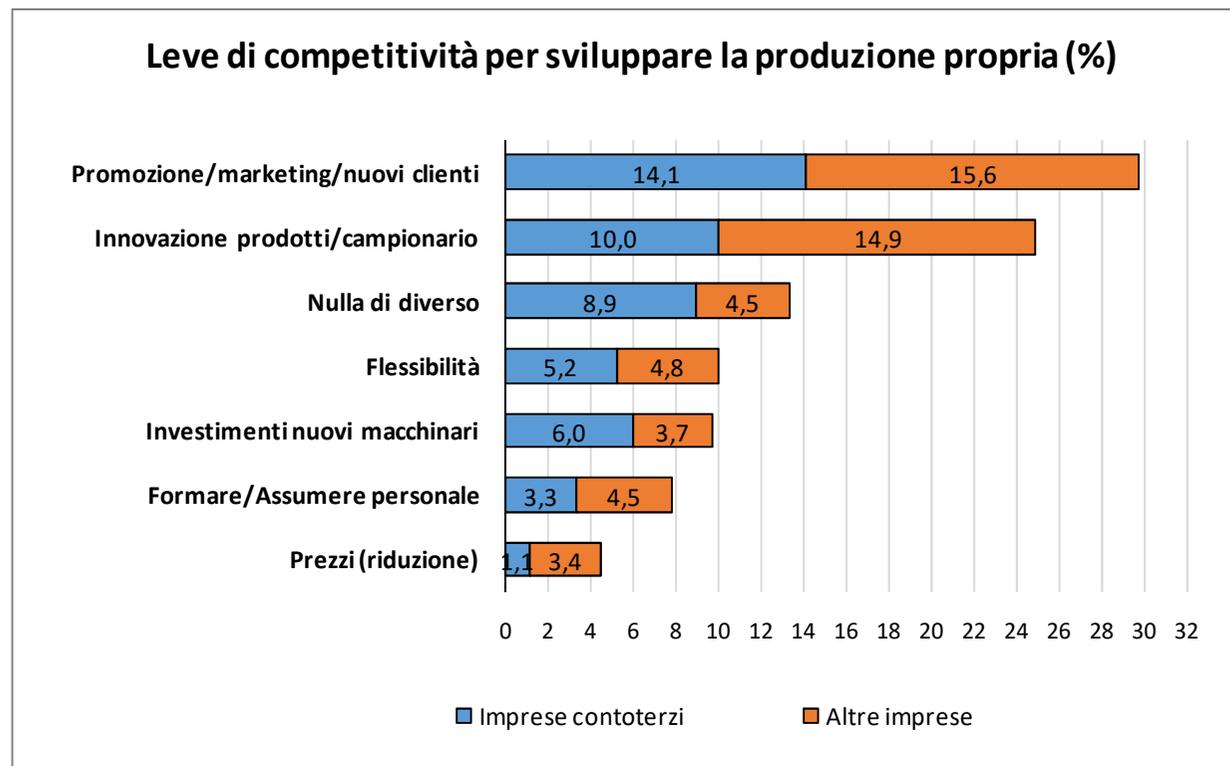
Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

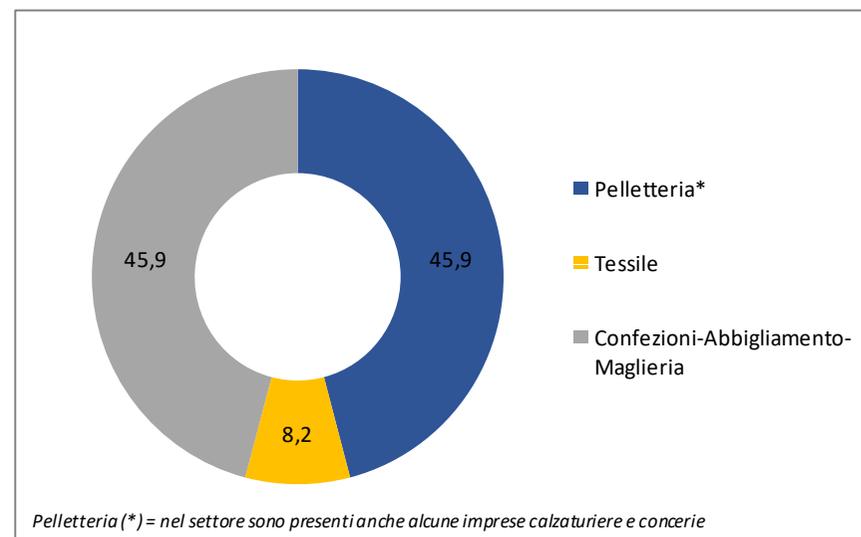
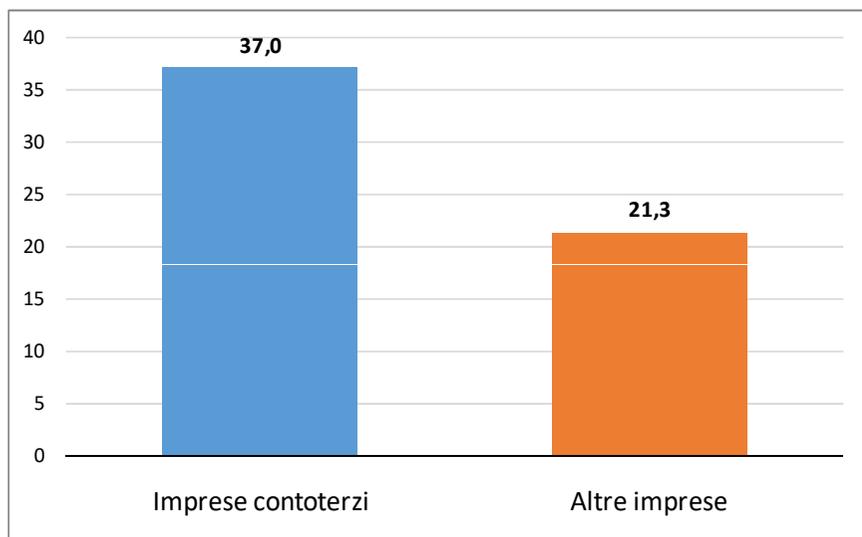
Strategie future: Sviluppo produzione propria



Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Interesse al sostegno CNA e dettaglio settoriale

Valori %



Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

Risultati indagine CNA moda e contoterzismo

Spunti di riflessione

- Crisi o Trasformazione?
- Trasformazione degli “attori”, “ricambi”
- No crisi generalizzata, che sembra invece essere concentrata solo su alcune tipologie d'impres



Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana



Ricerca Consulenza Sviluppo Locale



Ricerca Consulenza Sviluppo Locale

GRAZIE PER L'ATTENZIONE



Confederazione Nazionale dell'Artigianato
e della Piccola e Media Impresa
CNA Toscana