

Uno studio dell'Università di Udine sullo stato di salute del distretto

Sedia, in 6 anni 319 aziende in meno

Imprese diminuite del 17% e lavoratori scesi da 10.129 a 7.938

**Il presidente di Promosedia, Buttazzoni:
puntare sulla formazione e sul design
ma anche sulla promozione dell'immagine
Intanto calano gli espositori per il Salone**

MANZANO. Il Distretto della sedia sta vivendo una fase di difficoltà strutturale. Dal 2000 al 2006 il numero delle imprese attive è passato da 1.011 a 842 (-17%), con un indice di mortalità che, a fronte di 211 nuove aziende iscritte, ha registrato 339 cancellazioni. Nello stesso periodo il numero di addetti è sceso da 10.129 a 7.938 (-22%). Per uscire dalla crisi, oltre a valorizzare i punti di forza del sistema (Catas, Promosedia) e rimuovere quelli di debolezza (carenza di cultura imprenditoriale, dimensione, passaggio generazionale), bisogna rilanciare alcune azioni per lo sviluppo, in particolare la formazione imprenditoriale, l'innovazione, il design, la promozione e la commercializzazione. Questi i contenuti significativi dell'analisi conoscitiva sul Distretto della sedia condotta da Maria Rosita Cagnina, docente della Facoltà di Economia dell'Università di Udine, per conto della Provincia di Udine ed apparsa sull'ultimo numero di Congiuntura.

Il Catas ha ampliato le proprie competenze, passando da mero centro di certificazione a organismo di supporto della qualità dei prodotti e dell'efficienza dei processi. Promosedia si fa interprete dei cambiamenti in atto, supportando maggiormente le imprese nelle attività di promozione e commercializzazione. Per quanto attiene la cultura d'impresa, fino ad ora le energie dei capi d'azienda si sono incentrate sulla capacità produttiva, trascurando le funzioni necessarie alla collocazione del prodotto, alla creazio-



Franco Buttazzoni

ne di valore, alle politiche di marketing. Bisogna passare dal sistema di "gemmazione", che ha condotto alla polverizzazione del tessuto imprenditoriale, ad un modello aziendale in cui l'aspetto dimensionale sia correlato alla possibilità di fronteggiare un'agguerrita concorrenza. Anche il passaggio generazionale deve essere gestito in modo tale da far emergere nuove leve con la voglia e le competenze adatte a rilanciare il settore.

«Promosedia è impegnata su più fronti per favorire la ripresa del settore - commenta il presidente Franco Buttazzoni - a partire dall'organizzazione del Salone internazionale, che si terrà a Udine dell'8 all'11 settembre, su cui contiamo molto (e che vedrà la presenza di 120 aziende; erano 140 l'anno scorso). In merito alla formazione, vorrei ricordare il Master primaverile di Milano, che ha visto la partecipazione di 32 imprenditori, tra cui parecchi giovani con forte volontà di reazione all'attuale congiuntura per riprendere il cammino della crescita».

Quante sono le aziende aderenti a

Promosedia? «110 sulle 200 che sviluppano il prodotto finito e arrivano al cliente finale. Le altre 650 sono costituite da terzisti e sub fornitori». Aziende che hanno anche un problema dimensionale: il 64% delle stesse non conta più di 9 dipendenti. Che fare? «Più che ad aggregazioni societarie puntiamo a forme di collaborazione sinergica per ottimizzare le strutture, affrontare il mercato in forma collettiva e fornire servizi migliori. La presenza congiunta, nell'aprile scorso, al Salone di Milano di 28 imprenditori coordinati sinergicamente è il miglior esempio al riguardo». C'è poi l'esigenza di spingere sull'innovazione creativa? «Senza dubbio. Il concorso di design, che da quasi 10 anni coinvolge giovani designer (sotto i 40 anni) di tutto il mondo e le più qualificate Università, con la disamina annuale di oltre 300 progetti, sta a dimostrare tutto il nostro impegno su tale fronte».

Infine la questione promozione: cosa pensa? «Promosedia è impegnata a dare visibilità al territorio e alle imprese del Distretto, con innumerevoli iniziative. Ovviamente anche le singole aziende devono credere e investire nel progetto e farsi coinvolgere, per conseguire tutti insieme gli obiettivi programmati». E' dunque fiducioso sul futuro? «Non possiamo non esserlo. Se il Distretto riuscirà a ottimizzare tutte le potenzialità esistenti e a dar vita a qualche altro progetto innovativo (penso ad esempio alla valorizzazione degli showroom), in un'ottica di collaborazione di sistema, i frutti non mancheranno».

Abbondio Bevilacqua

Distretto della sedia - Aziende suddivise in base agli addetti

Aziende con	anno 2000	anno 2001	anno 2002	anno 2003	anno 2004	anno 2005	anno 2006
Totale addetti	221	98	88	75	62	56	56
1 addetto	85	130	94	79	70	65	58
2 - 5 addetti	232	248	228	215	188	180	151
6 - 9 addetti	187	183	174	156	141	138	130
10 - 15 addetti	151	152	143	139	127	120	118
16 - 19 addetti	64	64	64	62	54	50	48
20 - 29 addetti	48	47	44	44	37	35	34
30 - 39 addetti	21	21	28	20	20	20	18
40 - 49 addetti	4	7	7	7	7	7	7
50 - 99 addetti	13	11	8	9	8	8	8
100 - 199 addetti	3	4	4	3	3	3	2
200 - 299 addetti	1	1	1	1	1	1	1
Non dichiarati	-	71	112	142	104	104	205
Totale distretto	1.011	907	981	955	899	880	842
% fino a 9	70%	87%	86%	85%	84%	84%	84%
% 10 - 19	21%	23%	24%	25%	25%	25%	26%
% 20 - 49	7%	8%	8%	9%	9%	9%	9%
% da 50 in su	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%



Dall'8 all'11 settembre, alla Fiera di Udine, è in programma la 31^a edizione di Promosedia