

I DISTRETTI VENT'ANNI DOPO/18

L'Empolese Valdelsa affianca al capospalla hi-tech e alimentare

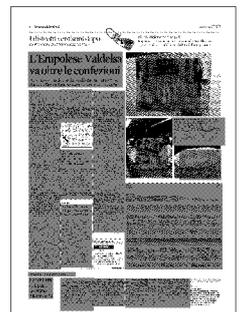
di **Cesare Peruzzi**

L'economia di questo territorio ha un motore ibrido. Che utilizza più fonti. L'abbigliamento vent'anni fa rappresentava (come valore aggiunto) circa il 20% della produzione manifatturiera dell'Empolese Valdelsa, e quasi il 30% in termini di occupazione: oggi i due indicatori non raggiungono l'11 e il 14% sui 2 miliardi di ricavi



realizzati nel 2011 dalle 17 mila imprese dell'area. Non solo: fatto 100 il valore aggiunto degli anni 90 - secondo l'Istituto regionale di programmazione economica - il comparto delle confezioni è sceso a 82, mentre il manifatturiero ha tenuto la posizione (100,7) e l'economia in generale ha raggiunto quota 145, grazie soprattutto al terziario.

Continua ► pagina 14



L'Empolese Valdelsa va oltre le confezioni

Il comparto perde coesione: alla moda, nel tempo, si sono affiancati anche manifatturiero e terziario

Cesare Peruzzi

EMPOLI. Dal nostro inviato

► **Continua da pagina 1**

Quella che era una connotazione industriale marcata, al punto da far parlare di vero e proprio distretto dell'abbigliamento (la patria dell'impermeabile e del capospalla), si è progressivamente affievolita: più che dimezzate le aziende del comparto (da oltre 5mila a neppure 2mila); scomparso l'indotto costituito quasi esclusivamente da manodopera femminile, che lavorava a casa, sostituito per la parte ancora esistente da immigrati cinesi di prima e seconda generazione, presenti anche nel terziario commerciale e della ristorazione (almeno 6mila, di cui un migliaio impegnato a tagliare e cucire); ma neppure un gruppo in grado di trainare la filiera produttiva.

Il sistema moda locale si è progressivamente integrato nel polo fiorentino del lusso, il più importante d'Italia (e uno dei maggiori a livello mondiale). Lo spartiacque, l'evento che l'anno scorso ha segnato simbolicamente questo cambiamento è il passaggio alla coreana Lg Fashion corporation del marchio Allegri (il fondatore, Augusto Allegri, fu tra i primi a produrre Giorgio Armani negli anni '70), con un centinaio di persone che nello stabilimento di Vinci ancora alterna lavoro e cassa integrazione.

Va bene chi, da una parte, guarda al mercato internazionale e dall'altra riesce a dialogare con la rete di sub-fornitura cinese. Come nel caso di Visconf, azienda che produce capispalla per donna di fascia medio-alta, con 29 dipendenti diretti e 10 milioni di ricavi, per il 55% realizzati all'estero. «Vent'anni fa non vendevano niente fuori Italia, adesso è la domanda internazionale che traina - racconta il titolare, Gianluca Violanti -. Le aziende

dell'indotto, molte delle quali a guida cinese, assicurano qualità e rispetto dei tempi. Ma ormai mancano pezzi di filiera - aggiunge -, e parlare di distretto sarebbe azzardato».

L'industria delle confezioni non è più l'asse portante dell'economia degli undici comuni che compongono il circondario (Empoli, Castelfiorentino, Capraia-Limite, Cerreto Guidi, Certaldo, Fucecchio, Gambassi, Montaione, Montelupo, Montespertoli e Vinci), dove vivono 170mila persone. «Il distretto dell'abbigliamento è scomparso», taglia corto Vasco Galgani, imprenditore dell'area (settore turistico), presidente della Camera di commercio di Firenze e di Unioncamere Toscana. «Mancano le aziende leader in questo campo - aggiunge - e in troppi hanno preferito la rendita immobiliare al rischio d'impresa».

A fianco della moda, però, si è affermato un tessuto manifatturiero e terziario di tutto rispetto. Il seme della diversificazione è antico, tanto che lungo queste rive dell'Arno, nel comune di Limite, esisteva un polo della cantieristica molto dinamico, le cui radici andavano indietro di secoli. E l'industria del vetro commerciale e della ceramica aveva due poli di livello nazionale tra Empoli e Montelupo. Chiusi o trasferiti a Viareggio e Livorno i cantieri; ridimensionati i comparti della ceramica e del vetro (è rimasto un forte presidio del gruppo Zignago e poche altre vetrerie nel settore artistico), sono cresciuti e si sono consolidati settori diversi: dalla chimica all'alimentare, dalle Ict all'Hi-tech al turismo.

«Negli ultimi due decenni il quadro è decisamente cambiato», commenta Rossano Rossi, segretario della Camera del lavoro di Empoli. Gruppi come Sammontana e Montalbano (alimenta-

re), Bitossi, Fabo, Magis, Sirom e Irplast (chimica), Sesa (Ict) e Ceam (elettronica e sensori di temperatura per l'industria), contribuiscono in modo significativo al Pil dell'area, insieme a un terziario abbastanza straripante, che ha nel grande centro commerciale Unicop di Empoli la sua manifestazione più evidente (il presidente del colosso cooperativo fiorentino, Turiddu Campani, è un empolesse doc).

La trasformazione, però, non ha indebolito il benessere diffuso. Nonostante alcuni punti di crisi, come nel caso del Con-

BENESSERE

Resiste solo chi è riuscito in questi ultimi anni a guardare ai mercati esteri mantenendo aperto il dialogo con la subfornitura cinese

sorzio Etruria per quanto riguarda il settore delle costruzioni, il tasso di disoccupazione dell'area resta nella media regionale toscana (intorno al 7%). «Le cose non vanno poi così male, pur in una congiuntura negativa», conferma Francesco Bosio, direttore generale della Banca di credito cooperativo di Cambiano, la più antica Bcc d'Italia, 31 filiali, 280 dipendenti, 2 miliardi di raccolta complessiva e 1,8 d'impieghi.

Bosio è anche presidente di Cabel holding, gruppo di società-prodotto che fornisce servizi alle aziende di credito e

alle imprese, partecipato da cinque istituti locali (Credito cooperativo di Cambiano, Castagneto Carducci, Fornacette, Viterbo e Popolare di Lajatico). «Siamo cresciuti con il territorio, la cui forza oggi deriva proprio dall'articolazione produttiva e dalla flessibilità», dice il manager. E di «benessere nonostante i venti di tempesta del mercato» parla Simone Campinoti, imprenditore con spiccata vocazione all'innovazione, titolare del gruppo Ceam di Empoli: 5 aziende, 50 dipendenti e una decina di milioni di ricavi. «Le idee in quest'area non mancano e neppure la voglia di fare», spiega Campinoti, che ha 48 anni e presiede la sezione territoriale empolesse di Confindustria Firenze. «Ci sono alcuni investimenti in corso, nell'agroalimentare e nel comparto del vetro, che pure si è molto ridimensionato negli ultimi anni - racconta -. Il vero problema è che non sempre le istituzioni sono d'aiuto: servirebbero tempi rapidi nelle decisioni e regole chiare, ma talvolta si ha l'impressione che le amministrazioni locali non siano vicine alle imprese».

Ceam, partita con la produzione di sensori di temperatura per i forni delle vetrerie e delle ceramiche, ha costruito una nicchia di mercato che dalla chimica arriva fino all'aerospaziale, allargando il raggio d'azione ai sistemi elettronici di controllo per ospedali e musei. Ma c'è chi, come la Nse di Nicla Pucci, una start up sostenuta da privati, dal

fondo Sici è da "360 Capital partners", dopo avere già investito 4,5 milioni per realizzare su brevetto di proprietà un modello di micro-pirogassificatore per lo smaltimento di rifiuti industriali e la produzione di energia termica, non riesce a decollare tra le carte bollate di permessi prima concessi e poi sospesi, sentenze del Tar e del Consiglio di Stato (contraria la prima, favorevole la seconda) e uno scontro istituzionale tra la Regione (pro progetto) e gli Enti locali (il Comune di Castelfranco di Sotto, dove è in costruzione il primo impianto commissionato da un'azienda privata) che non lo vogliono. «Si rischia la chiusura, perchè gli investitori non sono più disponibili a aspetta-

re», spiega la manager e imprenditrice Pucci, amministratore delegato di Nse industry. «E proprio quanto l'impianto è praticamente ultimato», aggiunge con amarezza.

Intanto nell'Empolese Valdelsa si è aperto il dibattito sul riassetto del livello di governo locale: confluire nella città metropolitana fiorentina, dare vita a una nuova maxi-Provincia con Prato e Pistoia, oppure realizzare un Comune unico tra le undici amministrazioni dell'area? Per il sindaco di Empoli, Luciana Cappelletti, «la discussione è prematura. Siamo comunque orientati a rafforzare il circondario - dice - che sarebbe uno strumento adeguato all'interno della città metropolitana». Il futuro del territorio passa anche da queste scelte.

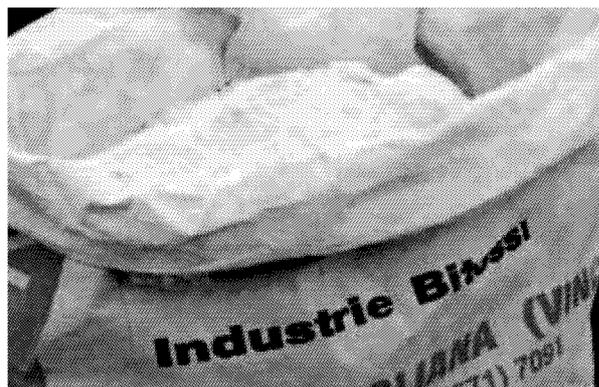
Archiviati i coreani Allegri ritorna in pista con un nuovo brand

Allegri ci riprova. Con il marchio Monocrom (pantaloni sportivi per giovani), creato tre anni fa e prodotto dalla Daff, azienda della famiglia Fulignati basata nell'area industriale di Vinci, Claudia Allegri, 46 anni, ha imboccato insieme al marito Filippo Fulignati, 45 anni, la strada del padre Augusto Allegri, scomparso nel 2005, fondatore del gruppo che lanciò Giorgio Armani, oggi in mano coreana. Un seme antico che torna a germogliare nell'Empolese Valdelsa, terreno tradizionalmente fertile per l'abbigliamento. Daff ha 13 dipendenti e 4,5 milioni di ricavi in crescita, grazie soprattutto ai mercati internazionali, dalla Germania all'Asia. E dopo Monocrom è arrivato London Ink, il marchio di t-shirt con immagini e messaggi stampati, realizzato per personalizzare la comunicazione attraverso l'abbigliamento. La coppia Allegri-Fulignati ci crede.



C. Per.

Nuovo scenario. Quella che, per l'ambito produttivo dell'Empolese Valdelsa era una connotazione industriale marcata, al punto di fare parlare di vero e proprio distretto dell'abbigliamento (la patria dell'impermeabile e del capospalla), nel tempo si è progressivamente affievolita. Il sistema moda locale si è progressivamente integrato nel polo fiorentino del lusso, oggi il più importante d'Italia. Pur rivestendo ancora un ruolo importante, dopo decenni di predominanza, l'industria delle confezioni non è più oggi l'asse portante dell'economia degli undici comuni che compongono il circondario: Empoli, Castelfiorentino, Capraia-Limite, Cerreto Guidi, Certaldo, Fucecchio, Gambassi, Montaione, Montelupo, Montespertoli e Vinci. La trasformazione, però, non ha indebolito il benessere diffuso del territorio



La nuova frontiera della chimica-plastica

Le etichette di Irplast lavorano 24 ore su 24

EMPOLI. Dal nostro inviato

■ Nel 2009 era in piena crisi, quest'anno per il troppo lavoro ha dovuto ridurre le ferie: una sola settimana a cavallo di Ferragosto. Il gruppo chimico Irplast, basato nell'area industriale di Terrafino, alle porte di Empoli, dove lavorano 160 persone, con due impianti anche in Abruzzo (i dipendenti complessivi sono 350), specializzato nella produzione di film in polipropilene destinato soprattutto al settore alimentare (etichette e imballaggi), 113 milioni di ricavi nel 2011 (+12%), è in pieno boom di mercato.

Per far fronte agli ordini in arrivo da tutto il mondo, l'azienda che fa capo alle famiglie Bini e Francalanci ha prima siglato un accordo sindacale per lo stabilimento empolesse che garantisce la piena operatività 24 ore su 24, quattro giorni su sette (festività comprese) e poi, sempre d'intesa coi dipendenti, ha "tagliato" le vacanze estive prevedendo anche il sabato lavorativo.

«Grazie ai nuovi brevetti, frutto della ricerca interna del gruppo, stiamo guadagnando quote di mercato e nel nostro campo siamo diventati interlocutori privilegiati delle principali multinazionali dell'ali-

mentare», dice l'amministratore delegato Fausto Così, il manager arrivato nel 2009 per riorganizzare l'azienda in difficoltà finanziarie (è stato ristrutturato un debito di 125 milioni) che, insieme al direttore operativo Luca de Bartolo, in meno di due anni ha ribaltato la situazione anche sul fronte commerciale.

I clienti di Irplast si chiamano Coca Cola, Nestlé, San Benedetto, Uliveto, Rocchetta e tutte le principali marche di sigarette (per la cellofanatura), un segmento di mercato quest'ultimo coperto per il 75% proprio dalla produzione empolesse. «Sul

fronte delle etichette destinate al comparto beverage, abbiamo brevettato un film da 19 micron, rispetto ai 30-35 micron precedenti - spiega Così -. Dopo una leggera flessione produttiva nei primi mesi dell'anno, legata al costo delle materie prime, stiamo decollando: la crescita arriverà soprattutto nel 2013 quando, probabilmente, dovremo realizzare una nuova linea produttiva». Un successo fatto di ricerca interna, buone relazioni industriali e sostegno del sistema bancario.

C. Per.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

RATING ITALIA

Il punteggio

Attraverso una griglia di 12 variabili ciascun distretto è definito nei suoi punti di forza e di debolezza. Il distretto dell'Empolese Valdelsa resiste grazie all'innovazione e alla capacità di fare rete, ma sconta i limiti di dimensioni d'impresa ridotte e scarsa capacità attrattiva.

IL GIUDIZIO

PUNTI DI FORZA

1 INNOVAZIONE
La dimensione ridotta delle imprese non frena la capacità d'innovare, nella chimica come nell'agroalimentare e nell'elettronica. Le aziende di successo prendono forza proprio dalla ricerca interna e dai brevetti, grazie ai quali trovano nicchie di mercato.

ALTA

2 PRODUTTIVITÀ
C'è chi ha dovuto rinunciare alle vacanze estive per far fronte agli ordini acquisiti e chi, sulla base d'intese sindacali, trova margini operativi e slancio per lo sviluppo. Le buone relazioni industriali sono uno degli elementi di successo del territorio.

BUONA

3 CAPACITÀ DI FARE RETE
Piccole ma collegate, le aziende del sistema moda (quelle rimaste) giocano in squadra con la filiera produttiva che comprende i contoterzisti (in larga parte cinesi) da un lato e dall'altro le grandi griffe del polo fiorentino del lusso.

DISCRETA

PUNTI DI DEBOLEZZA

1 ATTRATTIVITÀ
Pochi investimenti negli ultimi vent'anni, se si esclude la grande distribuzione. Il territorio sconta anche una carenza di infrastrutture, sia per i trasporti su ferro che su gomma. Pesano anche i tempi della burocrazia e le incertezze politiche. Ma questo è un problema nazionale.

INSUFFICIENTE

2 DIMENSIONI D'IMPRESA
Le Pmi costituiscono il 98% del tessuto produttivo locale, con aziende artigiane spesso rappresentate dal solo titolare. La dimensione ridotta è uno dei limiti più forti all'internazionalizzazione: le imprese non hanno mezzi per andare sul mercato mondiale.

SCARSA

3 INTERNAZIONALIZZAZIONE
Lo scarso grado di presenza sui mercati internazionali delle aziende è legato anche al retaggio di una cultura del lavoro "in conto terzi" che non spinge a uscire dal recinto domestico. Ma questo non riguarda le nuove imprese e quelle dei settori più innovativi.

BASSA