

Andrea Tomat

«Ossigeno per il made in Veneto»



Paolo Bricco

«Le Olimpiadi invernali di Vancouver costituiscono un vero e proprio stimolo subliminale. I grandi eventi hanno la funzione di spingere le persone comuni a fare sport. Si tratta di un vero e proprio carburante per l'industria internazionale dell'attrezzatura e dell'abbigliamento sportivo che, in alcuni dei nostri sistemi industriali locali, ha delle propaggini non indifferenti».

Andrea Tomat, classe 1957, presidente di Lotto Sport Italia e di Stonefly, è sicuro che i giochi canadesi non potranno che procurare vantaggi a un comparto che si sta misurando con gli effetti di una crisi vasta e generale. «Anche se la situazione di alcune delle nostre punte di eccellenza - ammette Tomat, che da poco è pure presidente di Confindustria Veneto - non è per niente semplice. Penso alla fase complessa che sta attraversando il distretto dello sport system di Montebelluna».

Cittadina di 30mila abitanti nella provincia di Treviso, Montebelluna è uno dei principali poli manifatturieri italiani: un luogo simbolico in cui il tessuto delle piccole imprese, tipico del Nord-Est, è incardinato intorno a una serie di medie aziende, strutturate e dinamiche. Un sistema produttivo, fondato sulle scarpe ma non solo, in grado di concentrarsi sia sui prodotti per lo sci, sia sui prodotti per il tennis e il calcio.

Da qui - crisi o non crisi - escono il 60% delle calzature da cicli-

sma e l'80% dei pattini da ghiaccio realizzati in Italia. E, adoperando come riferimento il mercato mondiale, qui sono prodotti il 25% dei pattini in linea, il 50% delle scarpe da montagna tecniche, il 65% dei doposci, il 75% degli scarponi da sci e l'80% degli stivali da motociclismo.

Secondo i dati dell'Osservatorio nazionale dei distretti italiani, che però riguardano il periodo pre-crisi, le oltre 400 imprese di quest'area danno lavoro a 12mila addetti con un export di poco inferiore al miliardo di euro.

La crisi sta però cambiando le carte in tavola, con ordini e fatturati in calo e con la recrudescenza della cassa integrazione. «Il problema - nota Tomat - è che la crisi è piombata su un distretto che già di suo stava affrontando una rimodulazione, collegata a precisi trend di lungo periodo: per esempio, il diverso modo di sciare che si è imposto negli ultimi tempi non poteva non condizionare i risultati delle aziende del settore».

La stagione in corso, segnata da forti nevicate, è stata una eccezione: negli anni più recenti, le minori nevicate hanno portato a una presenza meno frequente degli sciatori sulle piste. Inoltre, nelle stazioni invernali, è aumentato il ricorso all'affitto degli sci e degli scarponi. «È cambiato il modo di avvicinarsi allo sci - continua Tomat - e questo ha avuto effetti significativi. A mio avviso, il distretto ha reagito bene dimostrando coraggio. Giusto per citare un caso specifico,

Tecnica ha acquistato Nordica. Adesso l'offerta di questo gruppo, che va dagli attacchi agli sci, è integrata».

Diverse le operazioni di questo tipo, nel distretto di Montebelluna. Meno eclatanti, con dimensioni differenti, ma tutte te-

se a migliorare l'offerta. «Il problema - dice il presidente di Confindustria Veneto - è che simili investimenti, piccoli o grandi che siano, si dispiegano sul medio periodo. C'è bisogno di tempo: sotto il profilo finanziario, ma anche sotto quello dell'integrazione industriale.

La crisi ha scompaginato parecchi di questi piani».

E, così, adesso, in qualche modo si riparte anche da un grande evento come Vancouver, le prime Olimpiadi dopo la recessione. Un'occasione da non sprecare. «Il nostro sistema industriale è sano e le scelte strategiche sono state compiute già da tempo. Bisognerà essere capaci di intercettare la nuova voglia di fare sport, dei clienti italiani e stranieri», dice Tomat.

«Il nostro sistema ha resistito alla crisi grazie alle giuste scelte strategiche»

«I grandi eventi aiutano a diffondere la pratica sportiva: obiettivo +10% in dieci anni»

In questo, le occasioni mediatiche internazionali si intrecciano con le iniziative nazionali. Il progetto InMovimento è uno di questi. «L'iniziativa di Assosport - conclude a questo proposito Tomat - è fondamentale. Questa campagna si pone come ambizioso obiettivo quello di incrementare la pratica sportiva nel nostro paese del 10% nei prossimi dieci anni. Una nuova cultura sportiva è fondamentale per la buona salute degli italiani. E non può che fare bene anche alla nostra industria e ai nostri distretti».

Paolo Bricco



IL DISTRETTO

La rete di imprese dello sport system

Nel cuore del nord-est

■ Oltre 400 imprese, 12mila addetti, un export di poco inferiore al miliardo di euro. I numeri del distretto dello sport system sono impressionanti

■ Il centro del sistema è Montebelluna, cittadina con forte tradizione calzaturiera: 30mila abitanti, in provincia di Treviso, a soli 50 chilometri da Venezia. Accanto ai marchi più noti e alle multinazionali si sono sviluppate negli anni piccole e medie aziende a conduzione familiare e una miriade di produttori di materiali o componenti per calzature, che costituiscono il cosiddetto indotto

■ Nel distretto vengono prodotti il 25% dei pattini in linea venduti nel mondo, il 50% delle scarpe da montagna tecniche, il 65% dei doposci, il 75% degli scarponi da sci e l'80% degli stivali da motociclismo

■ Nel 1984 è stata creata la Fondazione Museo dello Scarpone e della Calzatura Sportiva con l'obiettivo di custodire la memoria storica non solo di un prodotto ma dell'intero distretto. In 11 sale, nella Villa Zuccareda Binetti, il Museo raccoglie i pezzi più caratteristici di due secoli di produzioni (nella foto il primo scarpone tutto in plastica, realizzato da Nordica nel 1970). Nelle scorse settimane il Museo ha contribuito – con i suoi pezzi più prestigiosi – all'allestimento di un'esposizione sugli sport invernali a Toronto. I visitatori nella città dell'Ontario sono stati quasi 120mila