

Analisi ex-ante dell'utenza potenziale per il bando “*Innovazione Strategica Moda*”

Riconoscimenti

Lo studio è stato curato da Valentina Patacchini, entro l'Area di ricerca "Settori produttivi e imprese" dell'IRPET. Il lavoro rientra nel programma di attività istituzionale dell'Istituto ed è stato realizzato in accordo con la Direzione Attività Produttive della Regione Toscana. L'editing redazionale è stato curato da Elena Zangheri.

Indice

Introduzione	7
1. Il bando <i>Innovazione Strategica Moda</i>	8
2. Quadro metodologico, quantificazione e profilazione della platea eleggibile	9
2.1 Individuazione dell'universo di riferimento, le imprese settorialmente ammissibili	10
2.2 Le imprese eleggibili secondo i criteri previsti dal bando: un'analisi per scenari	10
3. Premialità previste dal bando	17
4. Stima della propensione all'innovazione delle imprese eleggibili	18
Conclusioni	23

Abstract

Questo studio fornisce una rappresentazione ex-ante della platea potenziale di beneficiari del bando “Innovazione Strategica Moda” della Regione Toscana, volto a sostenere il rilancio e la competitività del settore attraverso investimenti innovativi, digitali e sostenibili. L’analisi integra fonti statistiche e amministrative (ASIA Imprese, AIDA, Censimento permanente delle imprese ISTAT), seguendo un percorso multilivello: identificazione delle imprese formalmente ammissibili, verifica della disponibilità dei bilanci, selezione delle imprese eleggibili che rispettano i requisiti occupazionali (ULA) ed economico-finanziari, applicazione di scenari di investimento e, infine, stima della propensione all’innovazione tra le imprese eleggibili, in modo da circoscrivere un segmento di soggetti che più facilmente potrebbero cogliere lo stimolo offerto dal bando. Dalle quasi 29.000 imprese ammissibili, circa 8.500 dispongono di bilancio e poco meno di 5.000 rispettano il requisito occupazionale. Gli scenari di progetto restringono ulteriormente la platea a 3.713 imprese nello scenario più favorevole (piccolo progetto, quota innovazione elevata, cofinanziamento esterno). Incrociando questi risultati con i dati del Censimento, circa 2.600 imprese, pari al 70%, mostrano un’effettiva propensione all’innovazione. La platea potenziale si concentra nei comparti manifatturieri core (tessile, pelle, metalli) e nel commercio moda, con una prevalenza di micro e piccole imprese. Lo studio restituisce così un quadro realistico e operativo per orientare le politiche regionali.

Introduzione

Il progetto nasce per supportare la Regione Toscana nella definizione dell'utenza potenziale del bando "*Innovazione Strategica Moda*", stimando ex-ante quante e quali imprese potrebbero partecipare. Si tratta di uno strumento finalizzato a promuovere investimenti innovativi nel settore moda regionale attraverso agevolazioni finanziarie mirate. La corretta delimitazione della platea potenziale e la verifica preventiva della capacità economico-finanziaria delle imprese rappresentano elementi cruciali per garantire l'efficacia del bando e facilitare la pianificazione delle attività di comunicazione, di supporto tecnico e di monitoraggio.

Il comparto moda costituisce un pilastro per l'economia toscana: prima della crisi contribuiva per oltre il 5% al PIL regionale e occupava quasi l'8% della forza lavoro. La Toscana è tra le prime regioni italiane per valore aggiunto e occupazione nel settore, con distretti produttivi di rilevanza internazionale quali il tessile di Prato, la pelletteria di Scandicci e dell'area fiorentina, il distretto conciario di Santa Croce sull'Arno e il polo dell'abbigliamento dell'area empolesse.

A partire dal 2023 il settore ha iniziato ad attraversare una fase critica. La produzione industriale ha registrato una flessione superiore alla media manifatturiera, senza segnali di inversione. Anche le esportazioni hanno subito un crollo: negli ultimi sei trimestri il comparto ha perso oltre il 22% del fatturato estero, a fronte di un calo molto più contenuto, pari al 5% dell'intero sistema moda italiano. Parallelamente si è osservato un forte aumento dei licenziamenti e del ricorso agli ammortizzatori sociali. L'impatto è stato particolarmente evidente nella filiera della pelle e delle calzature, dove i licenziamenti tra il 2023 e il 2024 sono cresciuti di oltre il 60%.

Le cause individuate sono sia congiunturali (tensioni geopolitiche, incremento del costo del denaro, inflazione, accumulo di scorte post-pandemiche), sia strutturali (dipendenza da pochi grandi marchi, concorrenza internazionale a basso costo, polarizzazione dei consumi sul lusso e sul low-cost, contrazione della domanda intermedia).

Di fronte a questo quadro complesso, la Regione Toscana ha scelto di introdurre il bando *Innovazione Strategica Moda*, uno strumento inedito della politica industriale regionale pensato per sostenere il rilancio e la competitività del settore. L'iniziativa mira a rafforzare il tessuto produttivo in un momento di forte contrazione, favorendo investimenti orientati all'innovazione, alla digitalizzazione e alla sostenibilità. Oltre a questo strumento specifico, il settore può beneficiare di un'ampia gamma di interventi, non specificamente dedicati al settore moda, che vanno dalla fruizione di servizi qualificati per la digitalizzazione, all'internazionalizzazione, alla ricerca e sviluppo e al trasferimento tecnologico.

Lo studio adotta un approccio metodologico articolato in più fasi, che integra fonti statistiche e informative differenti (ASIA Imprese, AIDA, Censimento permanente delle imprese ISTAT) per fornire una rappresentazione chiara e ragionata della platea potenziale.

L'analisi si articola in più passaggi. Nel primo paragrafo verrà presentata una sintesi del bando *Innovazione Strategica Moda*, con attenzione alle sue finalità, ai criteri di ammissibilità e agli strumenti di sostegno previsti. Il secondo paragrafo illustrerà e applicherà il quadro metodologico adottato, soffermandosi sui criteri di ammissibilità e sulle procedure di selezione delle imprese eleggibili, con particolare riferimento al mantenimento delle Unità Lavorative Annue (ULA) e alla verifica della solidità economico-finanziaria e illustrando i risultati. Il terzo paragrafo sarà dedicato ad una breve discussione delle premialità previste dal bando nella platea delle imprese eleggibili, mentre il quarto analizzerà la propensione delle imprese eleggibili all'innovazione, valutando sia le attività realizzate sia la capacità di attivare collaborazioni con l'ecosistema regionale, in modo da circoscrivere un segmento di soggetti eleggibili che più facilmente potrebbero cogliere lo stimolo offerto dal bando. Infine, il quinto paragrafo proporrà alcune considerazioni conclusive, sintetizzando i principali risultati.

1. Il bando *Innovazione Strategica Moda*

Il bando *Innovazione Strategica Moda*, finanziato dal PR FESR Toscana 2021-2027, è rivolto alle micro, piccole e medie imprese del settore moda attive su tutto il territorio regionale. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di sostenere percorsi di trasformazione tecnologica e organizzativa, rafforzando la competitività delle imprese sui mercati globali e favorendo la doppia transizione digitale ed ecologica. La misura incentiva in particolare progetti che combinino investimenti innovativi e produttivi, con una chiara prevalenza dei primi: almeno il 60% delle spese deve essere infatti destinato ad attività di innovazione – come consulenze specialistiche, ricerca, acquisizione di brevetti, utilizzo di attrezzature e personale qualificato – mentre la parte restante, non inferiore al 20%, può riguardare investimenti produttivi in macchinari, impianti, tecnologie Industria 4.0 e 5.0 o ristrutturazioni mirate. Questa impostazione sottolinea come l'obiettivo principale del bando non sia soltanto l'ammodernamento produttivo, ma soprattutto l'introduzione di processi e soluzioni innovative capaci di trasformare in profondità il sistema moda regionale, accrescendone la produttività e riducendone gli impatti ambientali attraverso logiche di economia circolare, contenimento degli scarti e abbattimento dei consumi energetici da fonti fossili.

Per accedere al bando, le imprese devono appartenere ai codici ATECO del settore moda e dimostrare solidità economico-finanziaria, verificata attraverso indicatori di adeguatezza patrimoniale,

redditività e capacità di copertura dei costi. È inoltre richiesto il mantenimento dei livelli occupazionali nel triennio 2021-2023, con specifiche esclusioni per casi particolari come pensionamenti o dimissioni volontarie. I progetti presentati devono prevedere un investimento compreso tra 200.000 e 1,5 milioni di euro e garantire una combinazione di spese innovative e produttive entro i range precedentemente specificati.

Ogni progetto deve inoltre essere asseverato da un esperto qualificato, come un innovation manager o un revisore iscritto in appositi albi nazionali o regionali.

Il sostegno assume la forma di contributi a fondo perduto, con percentuali di copertura differenziate: fino all'80% dei costi per i servizi di innovazione e fino al 50% per gli investimenti produttivi, con un tetto massimo di 220.000 euro in tre anni. Lo stanziamento iniziale ammonta a 20,6 milioni di euro, con la possibilità di arrivare a 30 milioni attraverso ulteriori risorse regionali. L'assegnazione dei fondi avviene con procedura a sportello, secondo l'ordine cronologico di presentazione delle domande e fino a esaurimento delle risorse disponibili. Tuttavia, i progetti non sono ammessi automaticamente: devono rispettare i requisiti di ammissibilità e ottenere un punteggio minimo sulla base dei criteri di valutazione stabiliti dal bando, che premiano la capacità di favorire innovazione digitale, sostenibilità, efficienza gestionale e coerenza tra obiettivi, azioni e costi.

Sono previste inoltre premialità per le imprese localizzate in aree interne, per quelle femminili o giovanili, nonché per le aziende in possesso del rating di legalità o della certificazione sulla parità di genere.

I progetti devono essere avviati entro 30 giorni dall'ammissione e conclusi entro dodici mesi, prorogabili di tre in casi motivati

Nel complesso, il bando si configura come uno strumento strategico per sostenere la resilienza del sistema moda toscano, stimolare l'adozione di tecnologie avanzate, incoraggiare le forze innovative del settore e garantire al tempo stesso coesione sociale e sviluppo sostenibile sul territorio regionale.

2. Quadro metodologico, quantificazione e profilazione della platea eleggibile

L'analisi è stata sviluppata attraverso un percorso articolato e multilivello, con l'obiettivo di rappresentare in maniera realistica la platea di imprese potenzialmente interessate al bando *Innovazione Strategica Moda*. La metodologia combina dati amministrativi e fonti statistiche ufficiali, garantendo coerenza tra i criteri di eleggibilità e le effettive caratteristiche del sistema produttivo regionale.

L'analisi segue un percorso progressivo in quattro fasi: (i) individuazione dell'universo delle imprese formalmente ammissibili; (ii) selezione delle imprese con bilancio disponibile (AIDA) per le

verifiche su dati ufficiali; (iii) segmentazione per caratteristiche strutturali e criteri di premialità; (iv) stima della propensione all'innovazione sulla base di indicatori del Censimento permanente delle imprese (ISTAT).

Tale processo consente di fornire una quantificazione ragionata della platea potenziale e di trarre conclusioni coerenti con le finalità del bando.

2.1 Individuazione dell'universo di riferimento, le imprese settorialmente ammissibili

Per rappresentare la platea potenziale delle beneficiarie è stato innanzitutto necessario delimitare il perimetro delle imprese formalmente ammissibili. A questo scopo sono state considerate tutte le imprese con sede operativa in Toscana che rientrano nei codici ATECO individuati dal bando come pertinenti al settore moda.

Si è proceduto, poi, a verificare la coerenza con la definizione europea di micro, piccole e medie imprese (MPMI), che comprende le imprese con meno di 250 addetti e un fatturato annuo non superiore a 50 milioni di euro, oppure con un totale di bilancio (attivo) non superiore a 43 milioni di euro.

Per la selezione è stato utilizzato l'archivio ASIA Imprese ISTAT. L'obiettivo di questa fase è stato quello di identificare le imprese che, almeno sul piano formale, possono potenzialmente presentare domanda, senza considerare ancora la loro solidità economico-finanziaria o l'effettiva propensione all'innovazione.

Dall'applicazione di questi criteri emerge che 29.008 imprese con sede in Toscana operano nei codici ATECO ammessi dal bando. Tra queste 33 imprese risultano escluse in quanto con più di 250 addetti; 62 imprese risultano escluse poiché, pur avendo meno di 250 addetti, superano la soglia di 50 milioni di euro di fatturato.

La popolazione di base effettivamente ammissibile risulta quindi pari a 28.913 imprese moda toscane.

2.2 Le imprese eleggibili secondo i criteri previsti dal bando: un'analisi per scenari

Questa fase ha lo scopo di individuare, all'interno della popolazione ammissibile, le imprese che soddisfano i requisiti del bando in termini di mantenimento occupazionale e solidità economico-finanziaria. A tal fine, sono state considerate esclusivamente le imprese con bilanci depositati nella banca dati AIDA, così da basare le verifiche su dati ufficiali. Su 28.913 imprese ammissibili, dispongono di bilancio 8.447 imprese, circa il 29%. Questo sottoinsieme è la base per le verifiche patrimoniali, economiche e finanziarie.

Tabella 1. Imprese ammissibili ed imprese con bilancio disponibile (AIDA), per settore

	Ammissibili		Con bilancio	
	V.A.	%	V.A.	%
Abbigliamento	6.309	21,8%	1.241	14,7%
Chimica	116	0,4%	74	0,9%
Commercio Moda	9.187	31,8%	2.791	33,0%
Metalli	2.806	9,7%	1.081	12,8%
Pelle & Calzature	4.958	17,1%	1.540	18,2%
Servizi	2.010	7,0%	346	4,1%
Tessile	3.527	12,2%	1.374	16,3%
TOTALE	28.913		8.447	29,0%

Sia le imprese ammissibili che quelle con bilancio, risultano distribuite in modo eterogeneo tra i diversi comparti della filiera moda. La selezione delle imprese con bilancio accentua il peso delle filiere manifatturiere “core” del sistema moda toscano (Tessile, Pelle e Metalli), mentre tende a ridimensionare i comparti caratterizzati da strutture economiche più leggere. Il Commercio Moda si conferma il comparto numericamente più rilevante, rappresentando da solo un terzo delle imprese. Ai fini dell’eleggibilità vera e propria, le imprese devono garantire il mantenimento dei livelli occupazionali (ULA) e soddisfare specifici requisiti di solidità economico-finanziaria, che saranno verificati sulla base dei bilanci disponibili in AIDA.

Il requisito del mantenimento delle ULA è soddisfatto se le ULA del 2023 risultano pari o superiori a quelle del 2021. Questo criterio consente di includere anche le imprese che hanno subito cali temporanei, purché abbiano recuperato i livelli iniziali entro la fine del triennio.

Tabella 2. Imprese con bilancio che soddisfano il mantenimento delle ULA, per settore

	Mantenimento ULA	
	V.A.	%
Abbigliamento	630	12,8%
Chimica	44	0,9%
Commercio Moda	1.673	34,0%
Metalli	667	13,5%
Pelle & Calzature	830	16,8%
Servizi	238	4,8%
Tessile	844	17,1%
TOTALE	4.926	

Delle imprese con bilancio, quasi 5mila, il 58%, rispettano il requisito del mantenimento delle ULA. Il Commercio Moda rappresenta il comparto più consistente (34%), seguito da tessile e pelle (circa 17% ciascuno), a conferma del peso dei settori core del sistema moda.

Oltre al mantenimento occupazionale, l’analisi seleziona soltanto le imprese realisticamente in grado di sostenere l’investimento richiesto. La verifica della solidità economico-finanziaria, in rapporto alla dimensione finanziaria del progetto presentato, viene effettuata attraverso la valutazione dei seguenti indicatori, come definiti nella Tabella 5 dell’Allegato A alla Delibera n. 1113 del 28/07/2025.

Si supera se: (a) adeguatezza patrimoniale e (b) affidabilità economica oppure (c) affidabilità finanziaria

a. **Adeguatezza patrimoniale** (compartecipazione al rischio):

$$\frac{PN}{(CP-C)} > 0,2$$

b. **Affidabilità economica** (redditività della gestione caratteristica):

$$\frac{(EBIT_n \cdot 0,65) + (EBIT_{n-1} \cdot 0,35)}{(S_n \cdot 0,65) + (S_{n-1} \cdot 0,35)} > 0,02$$

Purché risulti rispettata la condizione

$$\frac{(EBIT_n \cdot 0,65) + (EBIT_{n-1} \cdot 0,35)}{(CP-C)} > 0,2$$

c. **Affidabilità finanziaria** (capacità di copertura finanziaria del progetto) da realizzare in base al seguente criterio:

$$\frac{(EBITDA_n \cdot 0,65) + (EBITDA_{n-1} \cdot 0,35) + F}{(CP-C)} > 0,25$$

dove:

- PN = Patrimonio Netto dell'impresa quale risultante dall'ultimo bilancio approvato e depositato alla data di presentazione della domanda. Eventuali crediti verso soci per versamenti ancora dovuti (voce A dello Stato Patrimoniale ex art. 2424 C.C.) saranno portati a decurtazione del patrimonio netto. Per le imprese esonerate dalla tenuta della contabilità ordinaria e/o non obbligate alla redazione del bilancio il PN si desume sulla base dei valori di stato patrimoniale indicati nell'ultima dichiarazione dei redditi presentata prima della domanda ovvero, ove non presenti (imprese in contabilità semplificata, liberi professionisti), sulla base di un prospetto redatto ai sensi dell'art. 2424 C.C. allegato a dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà resa ai sensi del DPR n. 445/2000 dal legale rappresentante dell'impresa attestante la veridicità dei dati in esso contenuti;
- Per le imprese di nuova costituzione che alla data della presentazione della domanda non hanno ancora approvato e depositato il primo bilancio, in luogo del PN si considera il valore del capitale sociale risultante dall'atto costitutivo per la parte effettivamente versata alla data della domanda;
- CP = Costo totale del progetto - somma dei costi complessivi di progetto relativi all'impresa indicato in domanda;
- C = Contributo richiesto;
- EBIT_n = Utili al lordo di interessi e tasse dell'ultimo anno (totale A-B conto economico ex art.2425 C.C.); • EBIT_{n-1} = Utili al lordo di interessi e tasse dell'anno precedente;
- EBITDA_n = Margine operativo lordo (Fatturato - Costo del venduto) calcolato quale differenza fra valore e costi della produzione (totale A-B conto economico ex art.2425 C.C.) + ammortamenti e svalutazioni (voce B10 conto economico ex art. 2425 C.C.) riferiti all'ultimo bilancio depositato prima della presentazione della domanda;

- $EBITDA_{n-1}$ = Margine operativo lordo (Fatturato - Costo del venduto) calcolato quale differenza fra valore e costi della produzione (totale A-B conto economico ex art.2425 C.C.) + ammortamenti e svalutazioni (voce B10 conto economico ex art. 2425 C.C.) riferiti al penultimo bilancio depositato prima della presentazione della domanda;
- S_n = Ricavi delle vendite e delle prestazioni (totale voce A.1 conto economico ex art. 2425 C.C.) riferito all'ultimo bilancio approvato prima della presentazione della domanda:
- S_{n1} = Ricavi delle vendite e delle prestazioni (totale voce A.1 conto economico ex art. 2425 C.C.) riferito al penultimo bilancio approvato prima della presentazione della domanda:
- F = Finanziamento (anche non bancario) deliberato per la copertura finanziaria del progetto. La sostenibilità/durabilità economico-finanziaria si intende superata se sono soddisfatti i criteri di cui al punto a) e almeno uno dei punti b) e c).

Come è evidente dalla formulazione dei criteri, la soddisfazione dei requisiti di eleggibilità non dipende solo da fattori strutturali e osservabili a posteriori (es. bilanci, livelli occupazionali), ma anche da variabili che entrano in gioco al momento della domanda, quali la dimensione del progetto presentato, il livello di innovazione e la tipologia di finanziamento. Per tener conto di queste componenti, è utile sviluppare scenari differenziati che stimino la platea potenziale di imprese beneficiarie in funzione di tali fattori.

Per verificare la capacità delle imprese di partecipare al bando, sono stati ipotizzati diversi scenari di progetto, differenziati per dimensione, livello di innovazione e modalità di copertura finanziaria:

- Progetti piccoli (200.000 €):
 - con basso livello di innovazione (60% del costo), l'aliquota globale di contributo è pari al 55%, corrispondente a un sostegno massimo di 110.000 €.
 - con alto livello di innovazione (80% del costo), l'aliquota globale sale al 65%, con un contributo massimo di 130.000 €. In entrambi i casi, si considera sia l'ipotesi di sola copertura con mezzi propri, sia quella con ricorso parziale a credito esterno.
- Progetti medi (400.000 €): Indipendentemente dalla quota di innovazione, il contributo pubblico è vincolato al tetto massimo di 220.000 €.
- Progetti grandi (1.000.000 €): Anche in questo caso, il contributo massimo resta fissato a 220.000 €, indipendentemente dalla composizione del progetto. L'incidenza percentuale del contributo risulta quindi molto più bassa (circa il 22% del costo totale).

Per i progetti di dimensione medio-grande, il contributo è dunque bloccato dal tetto regolamentare di 220.000 €, mentre per i progetti più piccoli l'ammontare varia in funzione della quota di innovazione effettivamente prevista nel progetto.

Nella valutazione dell'affidabilità finanziaria, è stato introdotto un parametro relativo al finanziamento esterno (F), che rappresenta la quota del fabbisogno residuo non coperta dal contributo pubblico. Sono state considerate due ipotesi:

- Opzione 1: $F = 0$. L'impresa copre integralmente il fabbisogno con risorse proprie (autofinanziamento). È lo scenario più prudente, che identifica il bacino minimo di imprese in grado di sostenere il progetto senza ricorrere al credito. Tuttavia, tende a sottostimare la reale capacità delle PMI, perché non tiene conto del ruolo effettivo del finanziamento bancario.
- Opzione 2: $F = 0,4 \times (CP - C)$. Si assume che il 40% della parte residua sia coperta da credito bancario o strumenti simili. Questa ipotesi si basa su evidenze empiriche (indagine SAFE, BCE/Commissione europea; rapporti Banca d'Italia), secondo cui circa il 75% delle PMI italiane riesce ad accedere al credito, con una copertura media del fabbisogno pari al 50–60%. Combinando i dati, si ottiene un valore medio di circa 40%, adottato come benchmark realistico.

In sintesi:

- $F = 0$ rappresenta lo scenario prudenziale, che misura la sostenibilità interna senza credito esterno.
- $F = 0,4 \times (CP - C)$ rappresenta lo scenario realistico, che incorpora la possibilità di copertura parziale tramite finanziamento bancario.

Entrambe le ipotesi non assumono che tutte le imprese accedano effettivamente al credito, ma forniscono parametri di simulazione utili a stimare la platea potenziale di imprese eleggibili e la loro effettiva capacità di sostenere gli investimenti.

Come regola generale, si assume plausibilmente che le PMI ricorrano al credito bancario per circa il 40% della parte residua non coperta dal contributo pubblico. Questo valore riflette la realtà attuale delle imprese italiane – caratterizzata da contrazione del credito, ruolo delle garanzie pubbliche e parziale soddisfazione delle richieste – e garantisce un equilibrio tra prudenza e realismo.

L'aliquota di contribuzione è stata definita in funzione della quota di spese innovative presenti nel progetto, in coerenza con i criteri del bando e con i limiti previsti dalla normativa europea sugli aiuti di Stato. In particolare, ai progetti con quota innovazione pari al 60% è stata attribuita un'aliquota prudenziale del 55%, mentre quelli con quota innovazione pari all'80% beneficiano di un'aliquota più elevata, pari al 65%.

Tabella 3. Scenari di investimento possibili: caratteristiche e parametri di riferimento

Label	Descrizione	CP (€)	% Innovazione	Aliquota globale	F	C=min(aliquota*CP, 220mila)
P-B-AF	Piccolo progetto, basso livello innovazione, solo autofinanziamento	200.000	60%	55%	0	110.000
P-B-CF	Piccolo progetto, basso livello innovazione, contributo parziale da credito esterno	200.000	60%	55%	0,4×(CP-C)	110.000
P-A-AF	Piccolo progetto, alto livello innovazione, solo autofinanziamento	200.000	80%	65%	0	130.000
P-A-CF	Piccolo progetto, alto livello innovazione, contributo parziale da credito esterno	200.000	80%	65%	0,4×(CP-C)	130.000
M-B-AF	Medio progetto, basso livello innovazione, solo autofinanziamento	400.000	C vincolato 220k €		0	220.000
M-B-CF	Medio progetto, basso livello innovazione, contributo parziale da credito esterno	400.000	C vincolato 220k €		0,4×(CP-C)	220.000
G-B-AF	Grande progetto, basso livello innovazione, solo autofinanziamento	1.000.000	C vincolato 220k €		0	220.000
G-B-CF	Grande progetto, basso livello innovazione, contributo parziale da credito esterno	1.000.000	C vincolato 220k €		0,4×(CP-C)	220.000

Limitatamente alle imprese per le quali è disponibile l'informazione completa sui dati occupazionali ed economico-finanziari, l'incrocio tra il requisito di mantenimento delle ULA e i diversi scenari di investimento mette in evidenza differenze significative nel numero di imprese ammissibili.

- Gli scenari di piccolo progetto (P) concentrano la maggior parte delle imprese, con valori compresi tra 2.886 (P-B-AF) e 3.713 (P-A-CF).
- Gli scenari di medio progetto (M) restituiscono numeri più contenuti ma comunque rilevanti, tra 2.310 e 3.369 imprese.
- Gli scenari di grande progetto (G) risultano nettamente più ridotti (1.101–2.309 imprese), riflettendo la maggiore difficoltà a sostenere iniziative di dimensione elevata.

Nel complesso, i dati confermano che la platea potenziale di beneficiari potrebbe tendenzialmente concentrarsi su progetti di dimensione ridotta, con una maggiore incidenza per quelli caratterizzati da una quota di innovazione elevata (80%) e dal parziale cofinanziamento esterno (CF).

Tabella 4. Numero di imprese eleggibili per scenario e settore

	P-B_AF	P-B-CF	P-A-AF	P-A-CF	M-B-AF	M-B-CF	G-B-AF	G-B-CF
Abbigliamento	376	479	402	489	289	432	109	274
Chimica	23	29	24	29	18	29	10	17
Commercio Moda	893	1.192	958	1.221	700	1.083	316	709
Metalli	425	513	442	515	344	480	183	357
Pelle & Calzature	499	618	527	627	398	571	189	374
Servizi	152	179	160	183	125	171	47	112
Tessile	518	638	549	649	436	603	247	466
TOTALE	2.886	3.648	3.062	3.713	2.310	3.369	1.101	2.309

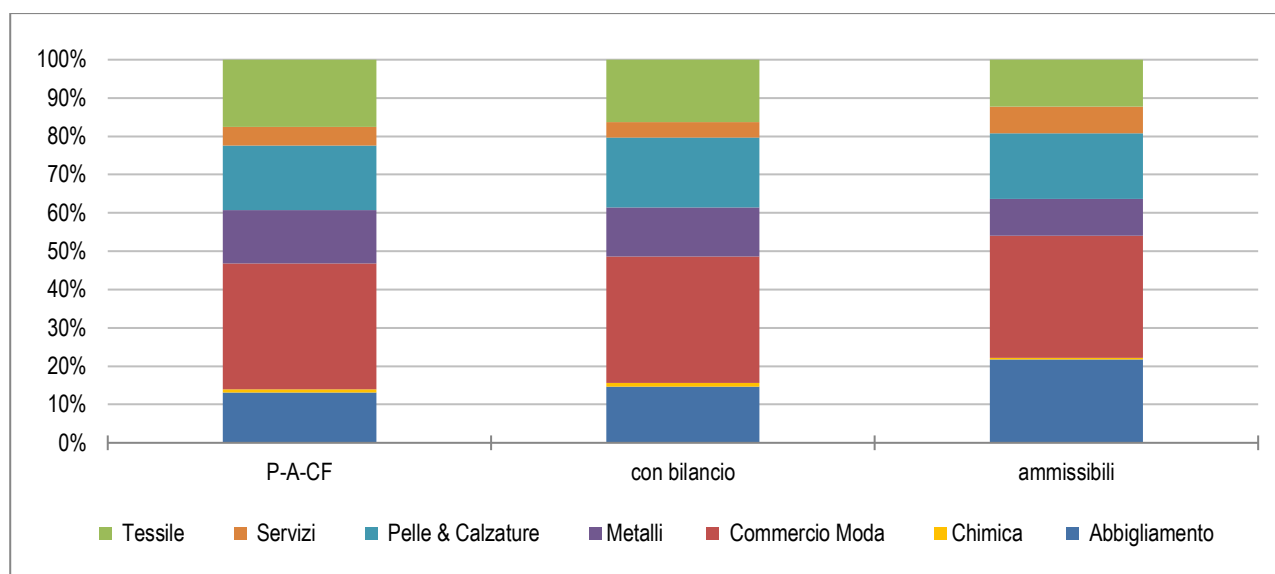
L'incrocio tra scenari di investimento e settori aggregati mette in evidenza una distribuzione coerente con il peso strutturale della filiera moda toscana. In tutti gli scenari, il Commercio Moda concentra la quota più elevata di imprese ammissibili (tra 893 e 1.221 unità nei piccoli progetti e fino a oltre 700

nei grandi), confermandosi come segmento maggioritario del sistema. Seguono i comparti Pelle & Calzature, Tessile e Metalli, che, sommati, rappresentano stabilmente circa la metà della platea potenziale.

Il settore abbigliamento mostra una presenza significativa, con circa 400–630 imprese nei diversi scenari, mentre i comparti più piccoli – servizi e chimica – pur rappresentando quote ridotte in termini assoluti (decine di unità), hanno un ruolo strategico di supporto all’innovazione e alla qualificazione della filiera.

Alla luce di queste evidenze, si è scelto di analizzare come scenario di riferimento il P-A-CF (piccolo progetto, quota di innovazione elevata, cofinanziamento esterno), poiché rappresenta la platea più numerosa (3.713 imprese) ed è coerente con la struttura del sistema moda toscano, composto in prevalenza da micro e piccole imprese. Inoltre, combina una quota significativa di spese innovative (80%) con un ricorso realistico al credito bancario per integrare le risorse proprie, risultando pienamente in linea con gli obiettivi del bando di promuovere investimenti trasformativi e sostenibili.

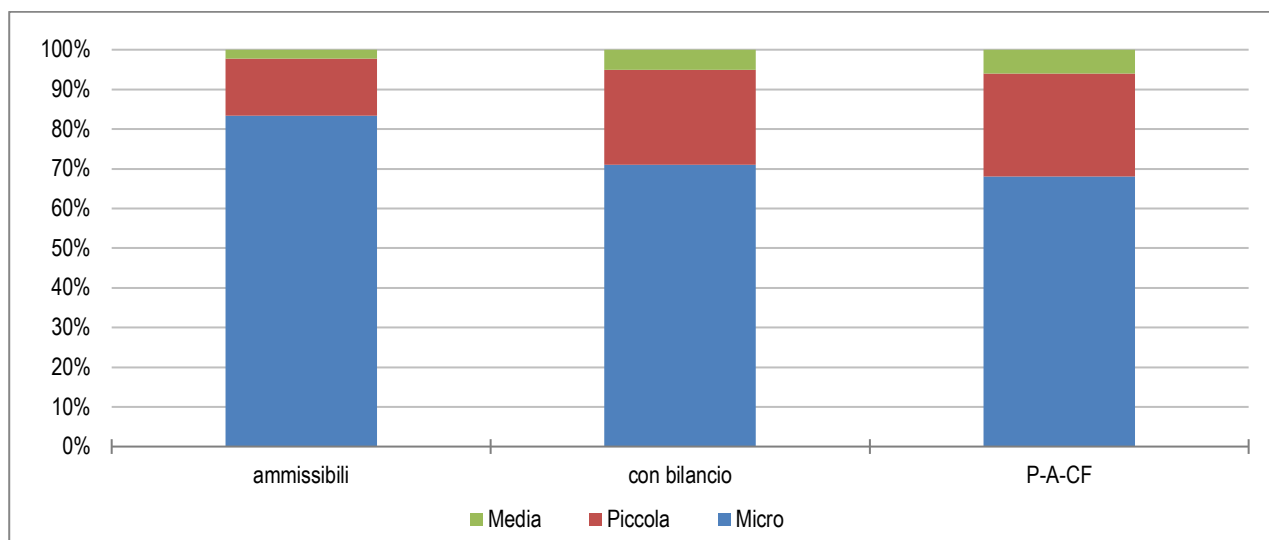
Grafico 1. Distribuzione settoriale delle imprese moda toscane: ammissibili (ASIA), con bilancio (AIDA), scenario P-A-CF



Il grafico mostra la composizione settoriale delle imprese moda toscane in tre prospettive: l’universo delle imprese ammissibili, quelle con bilancio disponibile e lo scenario di imprese eleggibili P-A-CF (piccolo progetto ad alta innovazione con cofinanziamento esterno).

La struttura settoriale conferma il peso del Commercio Moda, che rimane il comparto più numeroso. Tuttavia, passando dall’universo delle imprese ammissibili allo scenario P-A-CF di imprese eleggibili, cresce in modo evidente la rilevanza dei comparti manifatturieri “core” (Tessile, Pelle & Calzature, Metalli). Questo segnala che la selezione basata sui criteri del bando tende a privilegiare le filiere produttive più strutturate, riducendo leggermente il peso relativo delle attività commerciali.

Grafico 2. Distribuzione per dimensione delle imprese moda toscane: ammissibili (ASIA), con bilancio (AIDA), scenario P-A-CF



Sul piano dimensionale emerge un chiaro effetto selettivo: le microimprese, pur restando la maggioranza assoluta, passano da oltre l'80% dell'universo iniziale a circa i due terzi nello scenario P-A-CF. Parallelamente, aumentano il peso delle piccole imprese (circa un quarto del totale) e soprattutto quello delle medie, che raggiungono quasi il 6%. Questo indica che i requisiti di eleggibilità favoriscono progressivamente imprese di dimensione più solida, meglio attrezzate per affrontare investimenti innovativi. Questo effetto di selezione, già chiaro nello scenario più "inclusivo" P-A-CF, si fa ovviamente più marcato negli altri scenari, specie al crescere della dimensione progettuale ipotizzata.

3. Premialità previste dal bando

Una volta definita la platea delle imprese formalmente eleggibili poiché in possesso dei requisiti occupazionali ed economico-finanziari, l'analisi prende in considerazione anche le premialità previste dal bando Innovazione Strategica Moda. Si tratta di elementi che attribuiscono un vantaggio competitivo in sede di valutazione delle domande e che consentono di orientare il sostegno verso le imprese con caratteristiche di particolare rilevanza strategica per la Regione Toscana. Non tutte le premialità, tuttavia, sono indagabili attraverso i dati a disposizione. Alcune possono essere verificate ex-ante in modo oggettivo, come la localizzazione in aree interne individuate dalla Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI), o della Toscana Diffusa, o il possesso del rating di legalità rilasciato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM). Altre, invece, diventano evidenti solo al momento della presentazione della domanda o richiedono informazioni non

disponibili nelle nostre basi dati, come ad esempio la natura giovanile o femminile dell'impresa, la certificazione sulla parità di genere o specifiche caratteristiche progettuali legate alle spese previste. All'interno delle 3.713 imprese eleggibili identificate nello scenario P-A-CF, una parte significativa – 387 unità, pari a circa il 10% del totale – è localizzata nelle aree interne o della Toscana Diffusa. Le restanti 3.326 imprese si collocano invece nei poli urbani e nelle relative cinture. Questo risultato evidenzia come, pur rimanendo prevalente la concentrazione nei contesti metropolitani e peri-urbani, esista una componente non trascurabile di imprese moda attive in territori periferici e a maggiore fragilità strutturale.

Le imprese in possesso del rating di legalità sono 125, pari a poco più del 5% della platea eleggibile. La distribuzione mostra una prevalenza nei livelli intermedi (*++ e **). Pur trattandosi di una quota minoritaria, la presenza del rating rappresenta un elemento qualificante, in quanto rafforza la dimensione di trasparenza e correttezza gestionale che il bando intende premiare attraverso le premialità dedicate. Il possesso del rating di legalità con punteggio da 1 a 3 “stellette” costituisce un elemento di premialità ai fini del bando. Esso attesta il rispetto di elevati standard etici e di trasparenza da parte dell'impresa, favorisce un migliore rapporto con il sistema bancario e comporta l'assegnazione di punteggi aggiuntivi in sede di valutazione regionale.

4. Stima della propensione all'innovazione delle imprese eleggibili

L'ultima fase dell'analisi mira a stimare quante imprese potrebbero essere realmente interessate a investimenti innovativi. Non tutte le imprese eleggibili manifestano necessariamente una propensione concreta a questi investimenti: per questo si utilizzano le informazioni del Censimento permanente delle imprese (ISTAT 2022). Ai fini della stima, i pesi di riporto all'universo sono stati ricalcolati utilizzando i valori effettivi della popolazione e del campione rappresentativo del Censimento, distinti tra imprese eleggibili e non eleggibili e ulteriormente stratificati per settore di attività. In pratica, per ciascun settore si è calcolato il rapporto tra il numero di imprese presenti nell'universo e quello osservato nel campione, distinguendo eleggibili e non eleggibili; tale rapporto è stato quindi utilizzato come coefficiente di riporto all'universo. Questo approccio consente di calibrare i pesi in modo mirato, garantendo che la distribuzione settoriale e lo status di eleggibilità siano coerenti tra campione e popolazione di riferimento. Ne deriva una maggiore coerenza delle stime agli effettivi obiettivi di questo report e all'effettiva struttura del sistema moda toscano per come esso viene investigato in questa analisi e una riduzione dei possibili bias legati all'utilizzo di coefficienti campionari generici. Le domande più significative per valutare la propensione innovativa delle imprese riguardano le attività concretamente realizzate nel biennio 2021-2022. Attraverso queste domande si misura il grado

di coinvolgimento diretto delle imprese nei processi di innovazione. Si chiede alle imprese se hanno intrapreso iniziative come R&S interna, acquisto di servizi esterni di R&S, formazione del personale, progettazione tecnica ed estetica, acquisizione di brevetti, software o macchinari innovativi, attività di marketing per il lancio di nuovi prodotti e, in alternativa, se non avessero svolto alcuna attività innovativa.

Tabella 5. Stima della proporzione di imprese eleggibili e non eleggibili che hanno realizzato attività innovative nel biennio 2021–2022 (quota e IC 95%)

	Imprese eleggibili								Non eleggibili
	Abbigliamento	Chimica	Commercio Moda	Metalli	Pelle	Servizi	Tessile	Moda	
R&S interna	0,33 (0,24–0,44)	0,40 (0,10–0,80)	0,32 (0,26–0,38)	0,42 (0,35–0,51)	0,28 (0,22–0,35)	0,28 (0,17–0,43)	0,39 (0,32–0,46)	0,34 (0,31–0,37)	0,32 (0,28–0,35)
R&S esterna	0,13 (0,07–0,22)	0,20 (0,03–0,69)	0,10 (0,07–0,14)	0,10 (0,06–0,16)	0,10 (0,07–0,16)	0,09 (0,03–0,21)	0,13 (0,09–0,19)	0,11 (0,09–0,13)	0,09 (0,07–0,11)
Formazione	0,16 (0,10–0,26)	0,40 (0,10–0,80)	0,21 (0,16–0,26)	0,22 (0,16–0,30)	0,17 (0,12–0,24)	0,24 (0,14–0,38)	0,17 (0,12–0,23)	0,19 (0,17–0,22)	0,17 (0,14–0,20)
Design	0,14 (0,08–0,23)	—	0,11 (0,08–0,16)	0,17 (0,12–0,24)	0,10 (0,07–0,16)	0,24 (0,14–0,38)	0,15 (0,10–0,21)	0,14 (0,11–0,16)	0,13 (0,10–0,16)
Licenze/brevetti	0,06 (0,02–0,13)	0,20 (0,03–0,69)	0,03 (0,02–0,07)	0,10 (0,06–0,16)	0,06 (0,03–0,10)	0,02 (0,00–0,14)	0,06 (0,03–0,10)	0,05 (0,04–0,07)	0,04 (0,03–0,06)
Software/dati	0,26 (0,18–0,36)	0,40 (0,10–0,80)	0,24 (0,19–0,30)	0,24 (0,18–0,32)	0,25 (0,19–0,32)	0,35 (0,23–0,49)	0,29 (0,23–0,37)	0,26 (0,23–0,29)	0,23 (0,20–0,27)
Hardware ICT	0,24 (0,16–0,34)	0,40 (0,10–0,80)	0,13 (0,10–0,18)	0,16 (0,11–0,23)	0,18 (0,13–0,24)	0,26 (0,15–0,41)	0,24 (0,18–0,31)	0,18 (0,16–0,21)	0,15 (0,12–0,18)
Macchinari/impianti	0,38 (0,28–0,48)	0,40 (0,10–0,80)	0,32 (0,26–0,38)	0,42 (0,34–0,50)	0,43 (0,35–0,50)	0,30 (0,19–0,45)	0,44 (0,36–0,51)	0,38 (0,35–0,41)	0,33 (0,29–0,36)
Marketing	0,16 (0,10–0,26)	0,40 (0,10–0,80)	0,11 (0,08–0,15)	0,16 (0,11–0,23)	0,13 (0,09–0,19)	0,13 (0,06–0,26)	0,12 (0,08–0,18)	0,13 (0,11–0,16)	0,12 (0,10–0,15)
Altre attività	0,02 (0,01–0,09)	—	0,05 (0,03–0,09)	0,04 (0,02–0,09)	0,05 (0,02–0,09)	—	0,07 (0,04–0,12)	0,05 (0,03–0,06)	0,05 (0,03–0,07)
Nessuna attività	0,36 (0,27–0,47)	0,40 (0,10–0,80)	0,31 (0,26–0,37)	0,29 (0,22–0,37)	0,30 (0,24–0,38)	0,30 (0,19–0,45)	0,23 (0,18–0,30)	0,30 (0,27–0,33)	0,36 (0,33–0,40)

Le attività innovative realizzate dalle imprese eleggibili delineano un profilo complessivamente più dinamico rispetto a quelle non eleggibili. Nel complesso, circa il 70% delle prime, 2.600 imprese, ha intrapreso almeno un’iniziativa di innovazione, contro il 64% delle seconde, circa 3mila imprese. Questo divario si riflette in modo chiaro quando si osservano le diverse aree di intervento.

Tra le imprese eleggibili, le pratiche più diffuse sono la R&S interna e l’acquisizione di macchinari e impianti innovativi, che interessano rispettivamente il 34%, e il 38% delle imprese, rispettivamente 1.300 e 1.400 imprese, con valori che restano stabili e affidabili anche a livello settoriale. Importanti, seppur meno frequenti, sono anche gli investimenti in software e gestione dei dati (26%) e in hardware

ICT (intorno al 20%). Queste attività denotano un orientamento concreto verso l'aggiornamento tecnologico e la digitalizzazione dei processi.

Accanto a questi ambiti principali, si collocano iniziative più circoscritte, come la formazione del personale (19%), il design (14%) e le azioni di marketing per l'introduzione di nuovi prodotti (13%), che coinvolgono una quota minore ma comunque significativa di imprese. Residuali, invece, risultano l'acquisizione di licenze e brevetti o altre attività marginali, che raramente superano il 5% delle aziende.

Un dato rilevante è che circa un terzo delle imprese eleggibili (30%) dichiara di non aver intrapreso alcuna attività innovativa: una quota non trascurabile, che segnala la persistenza di segmenti ancora poco coinvolti nei processi di innovazione.

Lo scenario è diverso per le imprese non eleggibili, tra le quali la quota di inattività raggiunge il 36%. Anche nelle attività più strutturali i livelli sono inferiori: la R&S interna si ferma al 32%, l'acquisizione di macchinari al 33% e gli investimenti in software al 23%. Solo poche imprese, infine, si dedicano a iniziative come design, marketing o brevetti, con percentuali che restano marginali.

Questi risultati confermano una maggiore propensione all'innovazione tra le imprese che risultano potenzialmente beneficiarie del bando.

Tabella 6. Aspetti organizzativi interni delle imprese eleggibili e non eleggibili per la gestione dell'innovazione (quota e IC 95%)

	Imprese eleggibili								Non eleggibili
	Abbigliamento	Chimica	Commercio Moda	Metalli	Pelle	Servizi	Tessile	Moda	
All'interno dell'impresa c'è una struttura o una persona responsabile dei progetti di innovazione?	0,38 (0,25–0,52)		0,30 (0,24–0,38)	0,49 (0,39–0,60)	0,30 (0,22–0,39)	0,30 (0,16–0,48)	0,31 (0,24–0,40)	0,30 (0,30–0,38)	0,29 (0,25–0,34)
L'impresa prevede un budget annuale per finanziare i progetti di innovazione?	0,23 (0,13–0,37)		0,32 (0,25–0,40)	0,38 (0,28–0,48)	0,22 (0,15–0,31)	0,17 (0,07–0,34)	0,30 (0,23–0,39)	0,29 (0,25–0,33)	0,25 (0,22–0,30)
Il personale interno aveva già collaborato a precedenti progetti di innovazione?	0,67 (0,52–0,79)		0,74 (0,67–0,80)	0,80 (0,70–0,87)	0,67 (0,58–0,76)	0,67 (0,48–0,81)	0,71 (0,61–0,78)	0,72 (0,68–0,76)	0,69 (0,64–0,73)

Il Censimento permanente delle imprese analizza non solo le attività innovative realizzate, ma anche alcuni aspetti organizzativi legati alla loro gestione. In particolare, è stato chiesto alle imprese se disponessero di una figura o di una struttura responsabile per l'innovazione, se prevedessero un budget annuale dedicato e se il personale interno avesse già maturato esperienze in precedenti progetti, sottolineando come non tutte dispongano di una struttura stabile per l'innovazione.

I risultati mostrano un quadro piuttosto eterogeneo. Tra le imprese eleggibili, circa un terzo (30-38% a seconda del comparto) dichiara di avere una figura o una struttura dedicata all'innovazione. La presenza di un budget annuale appare meno diffusa (tra il 17% e il 38%), con valori più alti nei

comparti del Commercio Moda e dei Metalli. Al contrario, l'esperienza pregressa del personale coinvolto nei progetti di innovazione è molto più frequente: la quota di imprese che dichiara di avere personale con esperienze precedenti varia tra il 67% e l'80%, con un valore medio complessivo del 69%.

Il confronto con le non eleggibili mette in luce uno scarto significativo: la presenza di strutture dedicate e di budget risulta meno diffusa (intorno al 25-29%), mentre resta elevata la quota di imprese che possono contare su personale con esperienza, seppure con livelli leggermente inferiori rispetto alle eleggibili (69% contro 72%).

Nel complesso, emerge dunque come le imprese eleggibili siano più strutturate e maggiormente in grado di destinare risorse dedicate all'innovazione, mentre tra le non eleggibili il ricorso a competenze interne appare più diffuso che non l'investimento in strutture o budget specifici.

Per valutare la capacità delle imprese di attivare relazioni con l'ecosistema dell'innovazione, è stata costruita una variabile sintetica che misura se, nel biennio 2021-2022, l'impresa si è avvalsa di almeno uno dei soggetti esterni previsti dal questionario (centri di competenza, PID delle Camere di Commercio, Digital Innovation Hub, cluster tecnologici, imprese di consulenza, università, innovation manager, ecc.).

L'indicatore assume valore 1 se l'impresa ha dichiarato almeno un contatto/consulenza con questi attori, e 0 altrimenti. In questo modo è possibile distinguere chiaramente tra imprese che hanno attivato collaborazioni esterne a supporto dei propri progetti di innovazione e quelle che hanno operato senza tali interazioni.

Tabella 7. Relazioni delle imprese eleggibili e non eleggibili con soggetti esterni dell'ecosistema dell'innovazione (quota e IC 95%)

	Imprese eleggibili								Non eleggibili
	Abbigliamento	Chimica	Commercio Moda	Metalli	Pelle	Servizi	Tessile	Moda	
Nessun contatto esterno	0,38 (0,28-0,48)	0,4 (0,10-0,80)	0,34 (0,28-0,40)	0,34 (0,27-0,42)	0,31 (0,25-0,38)	0,30 (0,19-0,45)	0,28 (0,22-0,35)	0,33 (0,30-0,36)	0,39 (0,36-0,43)
Almeno un contatto esterno	0,62 (0,51-0,72)	0,6 (0,20-0,90)	0,66 (0,60-0,72)	0,66 (0,58-0,73)	0,69 (0,62-0,75)	0,69 (0,55-0,81)	0,72 (0,65-0,78)	0,67 (0,64-0,70)	0,60 (0,57-0,64)

Limitatamente alle imprese eleggibili, i dati mettono in evidenza una diffusa propensione a stabilire collaborazioni con attori esterni dell'ecosistema dell'innovazione nel biennio 2021-2022. In media, oltre sei imprese su dieci hanno dichiarato di essersi avvalse di consulenze o collaborazioni esterne, con differenze interessanti tra i settori. I livelli più elevati si registrano nel tessile e nella filiera pelle e calzature, dove circa il 70-72% delle imprese ha intrattenuto relazioni con soggetti esterni. Anche il Commercio Moda e i Metalli mostrano valori molto simili (circa 66%), mentre l'abbigliamento si colloca leggermente al di sotto, pur mantenendo una maggioranza di imprese coinvolte (62%). Nei

comparti chimica e servizi le stime sono caratterizzate da maggiore incertezza campionaria, ma indicano comunque una quota maggioritaria di imprese attive in questo ambito. Il confronto con le imprese non eleggibili conferma la maggiore apertura delle prime: solo sei imprese su dieci tra le non eleggibili (60%) dichiarano di avere avuto almeno un contatto esterno. Nel complesso, i risultati confermano che la collaborazione con attori dell'ecosistema dell'innovazione costituisce una leva strategica ampiamente diffusa tra le imprese moda toscane, con punte di eccellenza nei settori più tradizionali della manifattura.

Tabella 8. Stima imprese potenzialmente rispondenti al bando nello scenario P-A-CF per settore

	Imprese P-A-CF (V.A.)	% con ≥1 attività innovativa	Imprese innovative (V.A.)	Quota sul totale innovative (%)
Abbigliamento	489	64%	313	12,0%
Chimica	29	60%	17	0,7%
Commercio Moda	1.221	69%	842	32,3%
Metalli	515	71%	366	14,1%
Pelle & Calzature	627	70%	439	16,8%
Servizi	183	70%	128	4,9%
Tessile	649	77%	500	19,2%
TOTALE	3.713		2.605	100%

In conclusione, l'integrazione tra lo scenario di riferimento P-A-CF (piccolo progetto, quota alta di innovazione, cofinanziamento esterno) e i dati del Censimento permanente delle imprese consente di stimare in modo più realistico quante imprese, tra le potenzialmente eleggibili, abbiano effettivamente una propensione concreta all'innovazione. Su un totale di 3.713 imprese nello scenario P-A-CF, circa 2.605 (pari al 70%) risultano aver realizzato almeno un'attività di innovazione nel biennio 2021-2022. La distribuzione settoriale mostra come la propensione innovativa sia diffusa in tutti i comparti, con pesi differenziati: il Commercio Moda rappresenta il segmento più numeroso, con oltre 840 imprese innovative (32% del totale), seguito dal Tessile (500 imprese, 19%) e dalla filiera Pelle & Calzature (440 imprese, 17%). Anche i comparti Metalli e Abbigliamento mantengono un ruolo significativo, con circa 360 e 310 imprese innovative rispettivamente. Minori in valore assoluto, ma non irrilevanti, risultano i settori Servizi (128 imprese) e Chimica (17 imprese).

Queste evidenze confermano che la platea di imprese eleggibili è costituita in larga parte da soggetti già impegnati in attività innovative, con una concentrazione prevalente nei comparti manifatturieri core del sistema moda toscano e una componente significativa nel commercio, che riflette la struttura complessiva della filiera regionale.

Conclusioni

Questo studio è stato condotto per rappresentare la platea potenziale di beneficiari del bando *Innovazione Strategica Moda* e per descriverne le caratteristiche. L'obiettivo non è soltanto quantificare quante imprese possono accedere alla misura, ma anche chiarire quale segmento del sistema moda toscano essa vada effettivamente a intercettare, in termini di struttura produttiva, distribuzione territoriale, specializzazione settoriale e propensione all'innovazione.

Dalle quasi 29.000 imprese formalmente ammissibili, appartenenti al settore della moda, sono circa 8.500 quelle eleggibili dotate di bilancio, cioè quelle che, oltre a rientrare nei codici ATECO pertinenti e nei limiti dimensionali, si prestano a una verifica ex-ante dei requisiti economico-finanziari e occupazionali richiesti dal bando. All'interno di quest'ultimo insieme, l'applicazione dei criteri economico-finanziari e occupazionali consente di individuare le imprese effettivamente eleggibili, che costituiscono il bacino realistico dei potenziali beneficiari sotto diversi scenari di investimento da parte delle imprese. Uno scenario particolarmente realistico ed "inclusivo" è quello in cui prevalgano piccoli progetti ad alta innovazione con una certa quota di cofinanziamento esterno. Tenendo conto di questi elementi, la platea effettivamente eleggibile è stimabile in circa 3.700 imprese, numero che va a decrescere in presenza di scenari che vedono progetti più grandi e/o completamente autofinanziati e/o caratterizzati da un maggior accento sugli investimenti produttivi. Si tratta quindi di una platea più ristretta, ma comunque di ampiezza significativa, che costituisce il bacino realistico dei potenziali beneficiari. La sua struttura dimensionale è fortemente sbilanciata verso le micro e piccole imprese, oltre il 90% del totale, con una presenza residuale di medie. Rispetto all'universo iniziale, la selezione operata dai criteri del bando tende comunque a ridurre il peso delle microimprese, accrescendo quello delle piccole e medie. Questo evidenzia come, pur rimanendo prevalente il contributo delle microimprese, i requisiti favoriscano in parte realtà più strutturate, meglio attrezzate a sostenere investimenti innovativi.

Dal punto di vista territoriale, le imprese eleggibili si concentrano nei distretti storici di Firenze, Prato, Arezzo e Pisa, che raccolgono più della metà della platea. Al tempo stesso, circa il dieci per cento è localizzato nelle aree interne e nella Toscana diffusa, confermando come il sistema moda mantenga un presidio capillare anche in territori più periferici e meno forti sul piano economico.

La distribuzione settoriale delle imprese eleggibili evidenzia un riequilibrio rispetto al settore moda di partenza: il Commercio Moda resta il comparto numericamente più rilevante, e costituisce un segmento potenzialmente dinamico su innovazioni digitali, logistiche e di marketing. In parallelo, si rafforza il peso delle filiere manifatturiere tradizionali – Pelle e Calzature, Tessile, Abbigliamento e Metalli – che complessivamente superano la metà della platea. Questo spostamento avvicina i

potenziali beneficiari al cuore produttivo della moda regionale, cioè ai comparti nei quali gli investimenti possono generare effetti più diretti sulla competitività industriale e innovazione.

Un altro elemento riguarda la propensione all'innovazione che, nella platea degli eleggibili può fornire indizi utili a circoscrivere un segmento di imprese che più facilmente potrebbero cogliere lo stimolo offerto dal bando.

Le stime del Censimento permanente delle imprese (Istat) indicano che circa il 70% delle eleggibili ha svolto almeno un'attività innovativa nel biennio più recente, contro il 64% delle non eleggibili. La differenza non è grande, ma segnala che la popolazione eleggibile, oltre a essere più solida sul piano economico-finanziario, presenta anche una maggiore apertura a percorsi di cambiamento, una propensione diffusa – seppur non uniforme – a collaborazioni con l'ecosistema regionale dell'innovazione, e una composizione settoriale più vicina ai comparti manifatturieri strategici. Rimane in ogni caso una quota non trascurabile di imprese che non hanno ancora avviato percorsi innovativi, verso le quali il bando può agire come leva di attivazione.

Guardando all'utenza potenziale del bando, è possibile attendersi dinamiche differenziate. Nei distretti storici la concentrazione di imprese eleggibili rende plausibile una partecipazione numericamente consistente, mentre nelle aree interne e nella Toscana diffusa, pur con valori assoluti ridotti, l'attivazione di progetti potrebbe avere un significato particolare in termini di tenuta del tessuto produttivo locale. Dal punto di vista dimensionale, la prevalenza di micro e piccole imprese suggerisce che le candidature potranno essere numerose ma di importo medio contenuto.

Nel complesso, il bando individua una platea ampia ma selezionata, che combina requisiti formali, solidità economico-finanziaria e una propensione media all'innovazione lievemente superiore al resto del settore. La quota di imprese effettivamente attive sul fronte innovativo, pari a circa 2.600 unità (due terzi dello scenario P-A-CF), può essere considerata una stima realistica della potenziale utenza effettiva del bando. L'efficacia della misura dipenderà dalla capacità di questa platea di trasformare l'eleggibilità in progetti concreti: da un lato vi sono imprese già pronte a investire, dall'altro una parte significativa che potrebbe non riuscire a farlo senza ulteriori stimoli o forme di accompagnamento. Il bando appare quindi in grado di intercettare un nucleo solido di imprese, ma anche di attivare progressivamente quelle meno coinvolte, ampliando la partecipazione nel tempo.