

**Intervento del Presidente ANCI Vito Artioli alla  
Conferenza Stampa MICAM SHOEVENT  
Lunedì 1 Marzo 2010**

Gentili Ospiti, amici della Stampa,

innanzitutto desidero darvi il benvenuto a questo tradizionale appuntamento alla vigilia del *MICAM ShoEvent*, la rassegna del settore calzaturiero più importante al mondo, che si inaugurerà domani nel quartiere fieristico di Fiera Milano a Rho/Pero.

A settembre dello scorso anno ci eravamo lasciati convinti che la seria crisi economica avrebbe sfidato i protagonisti di tutti i settori industriali su due piani: quello della comprensione del fenomeno in se stesso e quello delle proposte per gestirlo e oltrepassarlo.

I dati del nostro osservatorio, elaborati come sempre da ISTAT e da altre fonti autorevoli, parlano chiaro. Il calo è significativo su tutti i piani: produzione, export, occupazione. Si è confermato, per tutto il 2009, quel trend pesantemente negativo i cui primi sintomi si erano già registrati alla fine del 2008.

Il messaggio forte e chiaro che desidero comunicarvi oggi prima di tutto è che la crisi economica ha colpito duramente le nostre aziende ma non ne ha fiaccato lo spirito imprenditoriale che storicamente le contraddistingue. La grande kermesse di settore che si aprirà domani, il *Micam ShoEvent*, ne è la testimonianza vivente.

Una manifestazione leader incontrastata a livello mondiale, in cui è possibile ammirare le collezioni di **1.600 aziende** calzaturiere, attraverso percorsi merceologici studiati per valorizzare la produzione e i marchi rappresentati: donna sofisticata, donna trendy, elegante/lusso per uomo e donna, moda giovane, bambino, sino ai materiali e agli accessori.

Il *Micam ShoEvent* significa innanzitutto **valorizzazione piena del Made in Italy**, il prodotto italiano vincente sui mercati internazionali che detta le tendenze.

E proprio attorno a questo successo si concentra la più grande offerta calzaturiera al mondo: espositori da **34 Paesi**, con una **gamma di prodotti unica**, dalla fascia medio/alta a quella che rappresenta l'alta moda della calzatura. Un appuntamento che ogni sei mesi raccoglie i buyer più qualificati e opinion leader da **121 Paesi**.

In breve: la crisi c'è, morde il freno della ripresa e condiziona purtroppo duramente tutte le mostre di settore in Europa, che registrano vistosi ridimensionamenti sia in termini di espositori che di visitatori. È proprio in tempi difficili, però, che l'appuntamento più importante si conferma ancora una volta tale.

Il *Micam ShoEvent* consolida, infatti, i suoi grandi numeri registrando **un calo insignificante** sull'area espositiva, -2,6%, e mantenendo sostanzialmente **invariato** il numero degli espositori.

Il grande successo della nostra rassegna internazionale non può farci dimenticare i tempi duri che stiamo vivendo.

È un passaggio estremamente severo, che probabilmente lascerà segni duraturi sulle imprese e nel mercato. Ma il nostro comparto mette in campo una nuova articolazione di strategie industriali e distributive a testimonianza del desiderio di dare continuità al proprio vissuto.

Siamo consapevoli che abbiamo davanti un tratto di strada impegnativo e lo siamo ancora più profondamente nella misura in cui riconosciamo che per molti di noi è necessario ridisegnare, anche profondamente, quello che siamo e che facciamo oggi. Ma è altrettanto importante trovare un accompagnamento appropriato da parte dei soggetti istituzionali.

Il 25 febbraio ANCI ha incontrato i parlamentari italiani al Senato e, in presenza del Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sen. Maurizio Sacconi, ha presentato lo **Shoe Report 2010**, lo studio del settore calzaturiero – a cura di Ermeneia Studi & Strategie di Sistema – che ha visto la collaborazione di molte imprese del settore. Si tratta di un appuntamento annuale con le nostre Istituzioni che consideriamo importantissimo per sensibilizzare direttamente chi ha il compito di fornire strumenti e politiche di sostegno alle nostre industrie.

L'intento non è quello di "chiedere" senza "dare": intendiamo porre le basi per uno scambio responsabile tra soggetti pubblici, sistema bancario e i diversi protagonisti della rappresentanza delle imprese, dei sindacati dei lavoratori e della pubblica opinione.

Vogliamo crescere e cambiare per creare un dopo-crisi che tenga nel tempo, perché crediamo nel valore dei nostri prodotti, dei nostri clienti, dei nostri lavoratori, del know-how dei territori, **patrimonio indispensabile** da tutelare a qualsiasi costo. Senza questa capacità manifatturiera e progettuale non sarà possibile agganciare pienamente la ripresa.

Il superamento dell'attuale difficile situazione comporta un'azione decisa su due fronti. E ANCI sta incidendo in modo importante, mettendo in campo tutte le risorse di cui dispone.

Il primo fronte è quello europeo.

ANCI, attraverso CEC – la Confederazione Europea della Calzatura – ha già ottenuto un grande risultato politico a sostegno dell'industria europea della calzatura: la **proroga dei dazi antidumping per altri 15 mesi** sulle calzature in pelle e cuoio provenienti da Cina e Vietnam. Una misura sacrosanta per controbilanciare, almeno parzialmente, il grave effetto distorsivo sul mercato europeo causato dall'import sottoscosto di prodotti asiatici. Ciò dimostra come il Sistema Italia – ANCI, Confindustria, il Ministero dello Sviluppo Economico, la Rappresentanza Italiana presso la UE – se procede unito, sappia farsi ascoltare dalla Commissione Europea.

Altro passo fondamentale che l'Unione Europea deve fare a tutela non tanto dell'industria calzaturiera, ma **a salvaguardia del principio di trasparenza nei confronti del consumatore** è l'introduzione del **regolamento europeo sull'etichettatura d'origine obbligatoria** per i prodotti provenienti dai Paesi terzi e introdotti sul mercato UE.

È scandaloso che l'Unione Europea, unico mercato al mondo, non si sia ancora dotata di una semplice misura volta a garantire maggior **consapevolezza alla libera scelta** dei suoi consumatori.

La tutela di questi ultimi deve essere una priorità assoluta delle politiche europee. Dopo l'approvazione del regolamento REACH, il regolamento europeo che identifica le sostanze chimiche vietate nella realizzazione di prodotti immessi sul mercato interno europeo, è fondamentale proseguire con azioni politiche forti perché norme

così giustamente severe siano rispettate anche dai produttori di altre aree. Bisogna raggiungere parametri comuni e uniformare le normative a livello mondiale.

L'industria italiana è forte e competitiva anche e soprattutto perché **rispetta il consumatore, applicando norme stringenti in tema di sicurezza e tutela ambientale.**

ANCI in questo campo è attivissima. Il nostro intervento ha trovato riscontro nella sensibilità delle Istituzioni ed è stato recentemente firmato il Decreto che vara **l'Osservatorio presso il Ministero della Sanità** che avrà il compito fondamentale di monitorare lo stato dell'arte in termini di sicurezza del consumatore e portare il legislatore a disporre degli strumenti di prova indispensabili per poter varare norme importanti nel quadro europeo.

Inoltre, ANCI sostiene lo spirito delle recenti norme varate dal Governo a tutela del *made in Italy*. Mi riferisco alla **Legge di Conversione del Decreto 135, articolo 16**, approvata nel novembre scorso. Il fine della difesa di un patrimonio prezioso come il *made in Italy* dal fenomeno della contraffazione avrebbe però meritato uno sforzo di chiarezza maggiore da parte del legislatore. La norma sull'uso dei marchi è ancora vaga. L'identificazione di una **nuova fattispecie volontaria, il 100% italiano**, che risponde a requisiti rigidi di filiera sul territorio va nella giusta direzione. Tuttavia, anche in questo caso, è stato importante che si siano fugati i molti dubbi sull'incompatibilità di questa norma con le disposizioni europee in tema di origine e in tema di parità di accesso al mercato tra le imprese.

Il problema del rispetto del quadro legislativo europeo si pone anche e soprattutto per una ulteriore proposta di legge che è oggetto di esame al Parlamento in questi mesi: quella sulle **regole di tracciabilità dei prodotti tessili, della pelletteria e calzaturieri e dell'etichettatura del made in Italy.**

Desidero ribadirlo. ANCI sostiene senza se e senza ma qualsiasi iniziativa volta a tutelare il valore del prodotto italiano e la trasparenza nei confronti del consumatore. Questo Disegno di Legge, portato avanti dall'On. Reguzzoni, gode di una maggioranza trasversale in Parlamento ed è stato già approvato dalla Camera. Pone al centro il tema prioritario della **marcatura d'origine**, ed è un atto politico pienamente condivisibile perché veicola un messaggio chiaro e forte nei confronti delle Istituzioni europee che hanno, voglio ricordarlo, la giurisdizione per legiferare su queste materie. Il **passaggio al vaglio della Commissione Europea** è perciò un passaggio obbligato, prima dell'eventuale approvazione in Senato, come ha giustamente ricordato Paolo Zegna, Vice-Presidente di Confindustria, qualche giorno fa durante la sua audizione in Parlamento.

Tutela del consumatore, certezza di regole chiare e condivise a livello europeo ed internazionale, attenzione alla qualità del prodotto e tenace volontà nel preservare il patrimonio di conoscenze tecniche e il proprio know-how di territorio, questi sono i punti cardine su cui il nostro settore deve fare leva per uscire dalla crisi.

Non possiamo non esprimere la nostra soddisfazione per le misure varate dal Governo a tutela di questo patrimonio attraverso la **deroga alle procedure di attivazione della Cassa Integrazione Guadagni Straordinaria** e la maggiore flessibilità nel suo utilizzo. Un buon sistema di ammortizzatori sociali deve venire incontro alle esigenze di mantenimento della professionalità che fa capo alle nostre imprese. Bisogna fare uno sforzo ulteriore ed estendere gli ammortizzatori sociali

alle aziende artigiane, componente importante della filiera della qualità che va preservata per la fase del dopo-crisi.

E, a proposito di competitività, l'investimento nell'innovazione di prodotto è un altro degli ambiti in cui si muove ANCI nel suo dialogo con le Istituzioni.

**Industria 2015**, il progetto nato in seno al Ministero dello Sviluppo Economico per premiare con linee di finanziamento dedicate l'innovazione di processo nelle tecnologie del *made in Italy*, è giunto alla sua seconda fase. Il progetto presentato da ANCI ha superato la prima selezione ed è in piena corsa per ottenere importanti risorse e le **aspettative del settore calzaturiero italiano sono grandi**.

Come lo erano quelle per l'inserimento nei costi ammissibili al **credito d'imposta** per gli anni 2008, 2009 e 2010 delle **spese di ricerca e sviluppo sui campionari**.

Una misura che aveva trovato unanime consenso nel settore e per cui ANCI si era battuta per molto tempo. Salvo andare incontro ad una cocente delusione nel momento in cui quasi tutte le domande delle imprese non sono state accolte per insufficienza di fondi davanti al muro del **click day**: la famigerata data stabilita per inoltrare le richieste all'Agenzia delle Entrate per via telematica. Una procedura di cui faticiamo a vedere il senso, che ha tradito molte delle speranze degli imprenditori che contavano di mettere a bilancio dello scorso anno una significativa riduzione dei costi di innovazione prodotto. Chiediamo, pertanto, come tutto il mondo confindustriale sta facendo, l'abolizione del click day ed il contestuale reperimento di nuove risorse destinate allo sgravio dei costi di innovazione e sviluppo. Apprendiamo con piacere che il Ministro Scajola desideri finalmente **reindirizzare gli incentivi ad altri significativi settori dell'industria italiana** colpiti dalla crisi, dopo aver sostenuto la domanda di autoveicoli nello scorso anno. Auspichiamo che si riconosca come il **sistema moda e calzature sia tra questi** sia in termini di bilancia commerciale, sia in termini occupazionali con oltre 550.000 addetti complessivamente.

Vi ho illustrato fin qui quelle che sono le iniziative politiche e i fronti aperti che ci vedono impegnati in prima linea; relativamente allo scenario economico, i dati di preconsuntivo di cui disponiamo descrivono **un 2009 decisamente insoddisfacente per il calzaturiero**, quadro comune, peraltro, a tutti gli altri comparti produttivi nazionali.

Pur ancora in assenza di tangibili segni di inversione di tendenza – e con la certezza che il ritorno ai livelli pre-crisi richiederà comunque tempi assai lunghi – diversi indicatori convergono nel registrare un forte **"rallentamento della caduta"** negli ultimi mesi del 2009 e in questo avvio del 2010.

Il 2009 ha chiuso con pesanti contrazioni in tutte le variabili congiunturali. La crisi ha fortemente penalizzato il commercio mondiale: le esportazioni italiane di calzature si sono ridotte, nei primi 11 mesi 2009, del 17,5% in valore e del 15,2% in quantità, con prezzi medi in calo del 2,8%.

Un dato **lievemente meno penalizzante** – sebbene non per questo meno preoccupante – **rispetto** all'andamento dei flussi commerciali complessivi in uscita dal nostro Paese e **a quello dei settori a monte della filiera tessile-abbigliamento-calzature**. Infatti da gennaio a novembre il decremento

dell'export italiano è stato pari al 22,1%, con un -24% per i prodotti tessili e un -21% per la concia.

Tornando alle calzature, nessuna macroarea è stata risparmiata dalla recessione. Vi invito a prendere nota dei dati statistici illustrati nel dettaglio in cartella stampa.

Relativamente ai principali mercati di sbocco per il *made in Italy*, voglio però sottolineare il **segno positivo** che si rileva finalmente in **Giappone**, con un +2,8% di paia vendute rispetto all'anno precedente.

**Usa e Russia**, ovvero il 3° e 5° nostro mercato in termini nominali, hanno registrato invece le **flessioni** più pesanti: -26,5% e -36% in valore.

**Andamenti negativi**, seppur di diversa intensità, per i **primi due Paesi clienti**: -4,9% in valore la **Francia** e -15,8% la **Germania**. Meno marcato rispetto alla media (-11,2%) anche il dato relativo alla **Svizzera**, salita al 4° posto in valore, la **"piattaforma logistica"** più vicina a noi per i flussi logistici diretti verso i mercati extracomunitari.

Le **importazioni** presentano anch'esse una **riduzione** sia in volume (-12,1%) che in valore (-2,8%).

L'aumento dei prezzi medi (+10,6%) è giustificato anche dal **forte calo** delle quantità importate dalla **Cina** (-18,5%), che presenta il **prezzo medio più basso** tra i principali fornitori (4,55 euro al paio).

In diminuzione anche i flussi in arrivo da Romania (-13,4%) e Vietnam (-23,4%).

Il saldo commerciale del settore nel periodo gennaio/novembre, pur rimanendo **attivo per quasi 2,4 miliardi di euro**, ha subito una contrazione del 30,6%.

Nell'*annus horribilis* dell'economia mondiale, la **produzione nazionale di calzature** si stima sia scesa del 13% in volume (con un -12,5% in valore).

Il forte calo della domanda, che ha interessato senza eccezioni i diversi comparti merceologici, ha messo a dura prova tutte le aree distrettuali del Paese.

E' proseguito (inasprendosi) il **trend negativo** nei **livelli occupazionali** e della **mortalità aziendale**. Nonostante le imprese abbiano moltiplicato gli sforzi per contenere le perdite sul fronte della manodopera, il 2009 ha fatto segnare a consuntivo la **perdita di 3.011 posti di lavoro** (-3,5% su dicembre 2008) e la **chiusura di 235 calzaturifici** (-3,8%).

Circa 600 le aziende che hanno chiuso nell'intera area pelle (pari al -2,6%), tra conterie, pelletterie, calzaturifici e produttori di componenti.

Il ricorso agli **strumenti di integrazione salariale** per le aziende di tali settori è cresciuto nel complesso di oltre il 232% (+195% la CIG ordinaria e +281% la straordinaria), con aumenti rilevanti in tutte le regioni.

A margine di questo quadro decisamente a tinte fosche vanno però evidenziate **alcune dinamiche** più recenti **meno negative**.

Anzitutto, per quanto concerne l'export – dopo le pesanti flessioni dei primi 3 trimestri (-13,2%, -18,8% e -17,1% in quantità rispettivamente) e del mese di ottobre (-14,6%), a **novembre** – per la prima volta nel 2009 – **la contrazione** non è stata a doppia cifra, **contenendosi in un -2,8%** in volume.

Di più. Le indicazioni preliminari riferite alle **esportazioni di dicembre** (relative all'andamento dell'intero comparto "pelli/cuoio", comprensivo di pelletteria e

prodotti della concia) mostrano una **variazione tendenziale finalmente positiva: +2,1%**.

Primi (e prudenti) riscontri di una ripresa degli ordinativi sono giunti peraltro anche in occasione delle recenti manifestazioni organizzate da ANCI in Russia.

Anche le **rilevazioni sui consumi delle famiglie italiane nel 2009** ci danno motivo di guardare con moderato ottimismo ai prossimi mesi: gli acquisti di calzature si sono ridotti – in un'annata così difficile – solo dello 0,7% in volume, restando stabili in termini di spesa (-0,1%): un risultato meno penalizzante anche raffrontato ai comparti contigui dell'abbigliamento e della pelletteria. Preoccupa però la situazione relativa ai pagamenti.

Ci auguriamo, alla luce di questi segnali, che il motore dell'economia internazionale possa rimettersi in moto in fretta.

Questa è la situazione del settore. Una situazione che continua ad essere motivo di preoccupazione per ANCI, ma in cui non è possibile non riconoscere il dinamismo delle nostre imprese, la capacità di mantenersi vitali sul mercato, sia in Italia sia all'estero, anche in momenti in cui i consumi sono in generale stagnanti.

Il *Micam ShoEvent* che si inaugura domani è il migliore **testimone di questa vitalità**.

Desidero perciò ora passare la parola a chi saprà darvi ulteriori elementi per valutare e scrivere di questa kermesse unica, il direttore di Micam, Fabrizio Poletti.

Vi ringrazio per l'attenzione e sarò poi a vostra disposizione per eventuali domande.