

Operatori e congiuntura

Hanno risposto:

Valentina Cerrini

Eurofur Conceria – Direttore Commerciale

Enrico Chiesa

Italhide – Amministratore Delegato

Nicola De Maio

Seven Stars Group – Amministratore Unico

Dante Giannoni

Nuova Etruria – Amministratore Unico

Attilio Gronchi

Samanta Conceria – Amministratore Delegato

Franco Rovini

Madraspelli – Amministratore Unico

Alcuni operatori rappresentativi del settore conciario, selezionati tra gli espositori di ModaPelle by Pitti Immagine n. 9, rispondono alle nostre domande sulla situazione congiunturale, sulle prospettive future, sui mercati.

Liberismo o protezionismo economico? Quale la prospettiva più auspicabile al fine di un rilancio economico dell'azienda Italia e del comparto pelle: aprire i mercati al commercio internazionale o trincerarsi dietro la loro protezione?

“Liberismo, aprire i mercati al commercio internazionale.”

Valentina Cerrini – Conceria Eurofur

“I mercati sono già aperti. Necessitano di tutela nei confronti di chi osserva le normative sulla sicurezza dell'ordinamento del lavoro e di controllo nei confronti di chi non le rispetta. Per gli ultimi può essere giusto parlare di dazi.”

Enrico Chiesa – Italthide

“Mentre il comparto pelle italiano negli ultimi anni perdeva di competitività, il colosso cinese cresceva a dismisura. Adattarsi oggi alle sue regole potrebbe essere per le altre economie dannoso e difficile da gestire. Perciò una buona dose di protezionismo sarebbe auspicabile.”

Nicola De Maio – Seven Stars Group

“Chiudersi non serve a niente, occorre allargarsi verso nuovi mercati.”

Dante Giannoni – Nuova Etruria

“Il rilancio economico non può certo passare da un protezionismo che ritengo difficilmente proponibile.”

Attilio Gronchi – Samanta Conceria

“Protezionismo nei confronti di quelle realtà in cui la non osservanza delle leggi sulla sicurezza del lavoro comporta una concorrenza sleale.”

Franco Rovini – Madraspellii

Come la globalizzazione ha influito sull'andamento economico del comparto e in particolar modo sulla sua azienda?

“Positivamente per l'apertura verso nuovi mercati, negativamente per l'aumento della concorrenza da parte di quei paesi che non rispettano leggi su lavoro e impatto ambientale.”

Valentina Cerrini – Conceria Eurofur

“Credo che abbia premiato le aziende più innovative e abbia accelerato il declino di quelle meno competitive. Nel nostro caso ha permesso di incrementare il lavoro con le grandi griffe della moda internazionale.”

Enrico Chiesa – Italthide

“Il fallimento del vertice della WTO in Messico preoccupa le piccole e medie imprese italiane. Solo attraverso la crescita economica e sociale dei paesi poveri sarà possibile negoziare regole comuni per gli scambi internazionali.”

Nicola De Maio – Seven Stars Group

“Poiché non siamo più competitivi la globalizzazione ha permesso la migrazione delle grandi produzioni verso nuove aree a basso costo di manodopera.”

Dante Giannoni – Nuova Etruria

“La globalizzazione dà e toglie. Dà maggiori opportunità ma crea più concorrenza. Nello specifico la nostra azienda è intenta a cogliere nuove opportunità e abbandonare i prodotti sui quali è più facile la concorrenza.”

Attilio Gronchi – Samanta Conceria

“La globalizzazione ha portato per adesso solo effetti negativi. Forse perché ha coinciso con la crisi economica. In ogni caso può funzionare bene solo se partiamo tutti con le stesse opportunità, situazione non riscontrabile attualmente nella realtà.”

Franco Rovini – Madraspellii

Calzature, abbigliamento e accessori in pelle sono da sempre il vanto dell’esportazione nazionale. Come mai oggi c’è così timore della concorrenza?

“Perché realtà come quella cinese ci mettono in concorrenza con aziende capaci, meno legate da vincoli e con una manodopera a bassissimo prezzo.”

Valentina Cerrini – Conceria Eurofur

“Perché ci sono paesi che mettono in commercio prodotti con prezzi assolutamente imbattibili grazie a mancanza di norme specifiche per il lavoro e l’ambiente, basso costo della vita, prezzo della manodopera inferiore alla media. Perché c’è una forte esportazione di know-how.”

Enrico Chiesa – Italhide

“Il meccanismo di una globalizzazione regolamentata si è inceppato ed è venuta meno la trasparenza della concorrenza che ha influito negativamente sul nostro settore.”

Nicola De Maio – Seven Stars Group

“Perché non siamo più competitivi. Le grosse produzioni sono state dirottate completamente all’estero.”

Dante Giannoni – Nuova Etruria

“Perché le aziende manifatturiere che non riescono a costruire, dare commerciabilità e visibilità al prodotto nel rispetto dei prezzi sono sempre più a rischio di recessione.”

Attilio Gronchi – Samanta Conceria

“Perché sta scomparendo la fascia di prodotto intermedia. Lasciando da parte la nicchia del lusso, che certamente risente meno di altri la concorrenza pur avvertendo il freno della crisi economica, le aziende che producono per la grande distribuzione sono aggredite dai prodotti provenienti da paesi emergenti come la Cina.”

Franco Rovini – Madraspelli

Che cosa manca al comparto per crescere?

“Un maggior impegno nella ricerca.”

Valentina Cerrini – Conceria Eurofur

“Mancano nuovi mercati: il mondo è ormai piccolo e la fortuna di alcune aziende significa la perdita di quote di mercato per altre.”

Enrico Chiesa – Italthide

“Il comparto pelle italiano è detentore di bellezza, fascino e lusso. Bisognerebbe potenziare questa immagine nel mondo:”

Nicola De Maio – Seven Stars Group

“Si può crescere investendo nelle idee, ampliando il know-how e salvaguardando il *made in Italy*.”

Dante Giannoni – Nuova Etruria

“Adeguate infrastrutture pubbliche e maggiori investimenti da parte degli imprenditori sono la risposta difficilmente realizzabile in questo momento a causa di una congiuntura sfavorevole.”

Attilio Gronchi – Samanta Conceria

“In questo momento storico e nell’attuale situazione congiunturale occorrono protezione e sostegno da parte degli organi di governo. Da sole, innovazione e ricerca, non sono più sufficienti per farci sopravvivere.”

Franco Rovini – Madraspelli

Quali sono gli interventi che comune, provincia e regione dovrebbero sostenere per migliorare la competitività del comparto?

“Aiutarci nella ricerca e a proporci su nuovi mercati.”

Valentina Cerrini – Conceria Eurofur

“Il comparto pelle italiano è legato a differenti realtà tante quanti sono i distretti e credo sia difficile trovare un’unica risposta per tutti. Certo, sburocratizzare le pratiche e incentivare la flessibilità del lavoro potrebbero aiutare, ma queste decisioni vanno prese a livello nazionale, non locale.”

Enrico Chiesa – Italthide

“Potenziare la ricerca con contributi regionali; agevolazioni alla depurazione per permettere la produzione di pelli ecologicamente compatibili (cosa che i conciatori del distretto di Solofra stanno già facendo); pubblicizzare i distretti industriali del comparto pelle anche tramite i mass-media. Ci aspettiamo molto dal governo che aveva promesso un forte sostegno al comparto moda finanziando incentivi alla produzione di campionari.”

Nicola De Maio – Seven Stars Group

“Comune e regione dovrebbero agevolarci presentandoci all'estero con poca spesa.”

Dante Giannoni – Nuova Etruria

“Supportare la categoria con programmi organici e mirati evitando interventi a pioggia che spesso si disperdono apportando vantaggi relativi al comparto. Le istituzioni dovrebbero porsi come partner d'impresa e non come controparte in tutte le tematiche di interesse generale, anche quelle a carattere non economico.”

Attilio Gronchi – Samanta Conceria

“Non credo che gli enti locali possano aiutarci in maniera utile in questa fase così delicata; è lo Stato che deve intervenire velocemente e in maniera importante.”

Franco Rovini – Madraspelli

Quali modifiche apporterebbe all'attuale calendario fieristico internazionale per il settore?

“Riterrei opportuna una fiera a New York alla metà di ottobre e un accordo tra Parigi e Firenze per realizzare una manifestazione unica da tenersi a marzo a Firenze, a settembre a Parigi.”

Valentina Cerrini – Conceria Eurofur

“Le modifiche devono assecondare le richieste del mercato. In questo momento eviterei di mettere in concorrenza tra di loro alcune valide manifestazioni che lavorano sulla presentazione in anticipo delle collezioni come Firenze e Milano. La sovrapposizione delle date può soltanto far perdere la possibilità agli operatori del settore di visitare ambedue gli eventi.”

Enrico Chiesa – Italthide

“Personalmente siamo soddisfatti dai successi ottenuti alle varie edizioni di ModaPelle by Pitti Immagine e non cerchiamo altrove.”

Nicola De Maio – Seven Stars Group

“Attualmente nessuna. Non si può anticipare né posticipare troppo. Il problema è che le fiere stanno perdendo attendibilità a causa del loro proliferare, creando confusione tra gli operatori del settore e mettendo sempre più a rischio le innovazioni creative e tecnologiche.”

Dante Giannoni – Nuova Etruria

“Il calendario delle fiere di settore a livello internazionale difficilmente può essere regolato. Il nostro sforzo deve vertere al rafforzamento e al coordinamento delle manifestazioni nazionali che per tempistica e qualità obblighino gli operatori a essere presenti.”

Attilio Gronchi – Samanta Conceria

“Le fiere stanno perdendo gran parte della loro importanza. Stanno favorendo il mercato della grande distribuzione che tende a rimandare all’ultimo momento la scelta dei materiali, e stanno creando confusione tra gli operatori con il loro illogico proliferare.”

Franco Rovini – Madraspelli

Firenze 24 settembre, 2003