

Missione Micam per 80 aziende La parola d'ordine è digitalizzare

Non si arresta la flessione di calzatura e pelletteria. La crisi russa mette a dura prova il settore



Una fase della lavorazione delle calzature. Le aziende del distretto maceratese puntano molto sul Micam

LA FIERA

CIVITANOVA Il viaggio della speranza all'ombra della Madonna per circa 80 aziende maceratesi che da sabato a martedì saranno al quartiere fieristico di Milano-Rho per partecipare ai saloni Micam (68 calzaturifici) e Mipel (oltre una decina di aziende di pelletteria e accessori) dove presenteranno le collezioni destinate alla prossima stagione estiva.

Le due manifestazioni rappresentano anche i termometri più affidabili dei mercati. Alla fine del 2015 erano mille esatte, tra calzaturifici e imprese terziste, le aziende attive nella provincia di Macerata che davano lavoro a oltre 8 mila addetti. Nei primi cinque mesi dell'anno il ricorso alla cassa integrazione, sempre nella provincia di Macerata, è salito del 37,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, segno di una produzione in flessione, anche a causa della riduzione dell'export che è stata rilevata da Assocalzaturifici nel primo trimestre 2016: -4,7%.

Confindustria

A confermare la situazione di difficoltà del settore, condivisa soprattutto con i cugini ferraresi, anche Carlo Cipriani, funzionario di Confindustria Macerata, intervenuto ieri a Fer-

mo nella conferenza stampa di presentazione delle due manifestazioni fieristiche: «La situazione è difficile e preoccupante. Gli imprenditori non si tirano indietro e hanno sempre la volontà di presentare il meglio». Le difficoltà sul mercato italiano, il crollo dell'export verso la Russia e mercato internazionale molto statico stanno mettendo a dura prova il settore.

Cipriani indica una possibile via di uscita: «Occorre fare sistema. Gli altri Paesi come Francia e Germania sostengono le proprie aziende quando vanno all'estero dando la sensazione che si stia muovendo una intera nazione. In Italia, invece, le aziende si ritrovano spesso da sole e non sono adeguatamente supportate». Le aziende maceratesi puntano soprattutto sulla formazione (3.500 gli addetti che hanno seguito i corsi di formazione in questi anni) e sulla innovazione digitale per poter resistere. Un grande impegno, da parte degli imprenditori, per dare

un nuovo impulso al mercato.

Confartigianato

«Il Micam è l'occasione giusta per il rilancio del calzaturiero e rappresenta un appuntamento imperdibile per tutte le nostre aziende artigiane che vogliono farsi conoscere o consolidare relazioni con buyer internazionali», afferma il presidente nazionale di Confartigianato Moda Giuseppe Mazzarella a cui fa eco Paolo Capponi, responsabile dell'ufficio export della stessa associazione: «Quest'anno saranno circa 60 le aziende di Confartigianato Macerata e Fermo che, tra Micam e Mipel, parteciperanno con le proprie produzioni interamente italiane alle kermesse di presentazione delle collezioni. Un'occasione questa per la nostra associazione, presente con uno stand "100% Made in Italy" (padiglione 3, stand R31-S29) per promuovere e dare informazioni sulla legge 166/2009 (art. 16), e nel contempo per far ammirare ai visitatori le manualità dei maestri artigiani della calzatura e della pelletteria».

La neo presidente della calzatura di Confartigianato Macerata Moira Amaranti: «Le nostre aziende artigiane sono sempre alla ricerca di nuove fiere ed opportunità e per questo è fondamentale saper rispondere alle sfide del mercato globale attraverso un pro-

Gli obiettivi



● Sarà al Mipel anche Italian Artisan, la piattaforma online, 100% Made in Italy, creata per semplificare l'interazione tra buyer internazionali e piccole medie imprese italiane della moda. Ideata dalla Artisan Dna di Porto Recanati, la piattaforma è patrocinata dall'Aimpes (associazione pellettieri italiani) e vanta oltre 100 artigiani attivi. «La nostra mission è agevolare le Pmi italiane nel loro processo di digitalizzazione e internazionalizzazione, fornendo degli strumenti online intuitivi e facili da usare. Al contempo offriamo ai buyer internazionali l'accesso ad un'ampia gamma di prodotti di alta qualità con una gestione semplificata e un monitoraggio del loro andamento», ha spiegato il suo ideatore David Clementoni (foto).

dotto di qualità ed un know how sempre più qualificato. La strada dell'internazionalizzazione rimane per le nostre imprese l'asse più importante per la vendita e la promozione delle nostre produzioni».

Cna

La Cna punta sulla digitalizzazione, avvalendosi di competenti partner: «Il prodotto non basta più, occorre mostrarlo alla clientela, raggiungere il buyer e gli strumenti digitali rappresentano un'opportunità da cogliere» ci dice Giammarco Ferranti, responsabile provinciale Federmoda-Cna. «Non ci sono i consumi: questo è il nocciolo della questione. Possiamo inventarci di tutto ma senza consumi anche paesi che producono scarpe ad un prezzo inferiore al nostro stanno diminuendo le vendite. Con la crisi dei consumi diminuisce la produzione e si accorcia il periodo produttivo. Con questa situazione, le nostre piccole aziende riescono meglio ad adeguarsi rispetto ad imprese più grandi che hanno maggiori costi fissi e hanno un limite minimo di paia da produrre». L'ultimo appello di Ferranti è rivolto alla Regione Marche: «Spero che quanto prima parta il bando con i voucher per favorire l'internazionalizzazione».

Massimiliano Viti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La cassa integrazione fa registrare un aumento del 37,4% nei primi cinque mesi del 2016