



# RELAZIONE DEL PRESIDENTE

Gabriella Marchioni Bocca

## ASSEMBLEA 2016

Desenzano del Garda, 24 giugno 2016

**assomac**

ASSOCIAZIONE NAZIONALE COSTRUTTORI  
TECNOLOGIE PER CALZATURE, PELLETERIA E CONCERIA

DESENZANO DEL GARDA, 24 GIUGNO 2016  
**ASSEMBLEA ORDINARIA ANNUALE**

© Assomac, 2016

[Indirizzo](#)

Via Matteotti, 4/a  
27029 Vigevano (PV) - Italia

[Telefono](#)

+39 0381 78883

[Sito internet](#)

<http://www.assomac.it>

Tutti i diritti riservati.

È consentita la riproduzione  
a fini didattici e non commerciali,  
a condizione che venga citata la fonte

Stampato nel mese di giugno 2016  
presso Assomac

## SOMMARIO

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| INTRODUZIONE .....                                                                                    | 5  |
| 1. LO SCENARIO.....                                                                                   | 7  |
| 1.1 CONGIUNTURA - SCENARIO GENERALE .....                                                             | 7  |
| 1.1.1 Lo scenario italiano .....                                                                      | 7  |
| 1.1.2 Lo scenario internazionale.....                                                                 | 8  |
| 1.1.3 Lo scenario di settore .....                                                                    | 9  |
| 2. LE ATTIVITÀ DI ASSOMAC.....                                                                        | 11 |
| 2.1 PROMOZIONE .....                                                                                  | 11 |
| 2.1.1 La promozione all'estero: le missioni effettuate nell'ultimo anno e i risultati raggiunti. .... | 11 |
| 2.1.2 Simac Tanning Tech: il successo dell'ultima edizione e le attività per la prossima .            | 12 |
| 2.1.3 La collaborazione con ICE e le attività realizzate .....                                        | 12 |
| 2.2 Innovazione tecnologica.....                                                                      | 13 |
| 2.3 Formazione .....                                                                                  | 14 |
| 2.3.1 I corsi e i workshop realizzati. I risultati e le attività future.....                          | 14 |
| 2.4 Federmacchine.....                                                                                | 14 |
| 3. CONCLUSIONI .....                                                                                  | 15 |



## INTRODUZIONE

Cari amici, gentili ospiti,

benvenuti in questo importante appuntamento annuale: la nostra Assemblea. Siamo qui, fuori sede, non con il pretesto di andare fuori porta, ma per una scelta di ulteriore occasione di essere gruppo; essere sistema che si muove e che condivide, per fare squadra. Quella squadra che deve riconoscere in Assomac la sua casa, la casa degli imprenditori, come ho sottolineato dal primo giorno di presidenza.

Proprio in tema di innovazioni, voglio iniziare questa mia prima relazione annuale con i ringraziamenti, che solitamente si lasciano in chiusura, ma consentitemi di stravolgere il cerimoniale. Devo ringraziare i colleghi del Consiglio Direttivo che mi hanno affiancata in questo primo anno di presidenza. Un anno intenso, ricco di opportunità e di occasioni di sviluppo e, grazie al lavoro di tutti e all'appoggio dei singoli, abbiamo raggiunto importanti obiettivi. E' stato anche un anno non senza problemi e qualche criticità da affrontare a tanti livelli: istituzionale, politico e settoriale.

In questo anno speciale, ho avuto occasione di conoscere meglio da vicino, in un ruolo istituzionale, le aziende e i distretti, ho cercato con l'aiuto dell'amico Baccini, di comprendere le specificità e le esigenze dei singoli. Abbiamo problemi e tematiche urgenti da affrontare e le abbiamo già iniziate a valutare. Ma abbiamo bisogno di una politica generale che appoggi le istanze del mondo imprenditoriale nel suo insieme.

Da più parti **si torna a credere nel valore dell'impresa manifatturiera** e noi dobbiamo essere testimoni di questo processo culturale.

La strada è ancora lunga. La capacità di essere sempre competitivi passa da una **politica industriale reale che mette l'impresa al centro**. Urgente è ancora la riduzione della "zavorra" di norme e regolamenti nazionali ed europei.

*"Dobbiamo rilanciare l'Italia, valorizzando le nostre capacità di seconda potenza manifatturiera europea e di sesta nazione esportatrice per valore aggiunto"*, come ha sottolineato il neo presidente di Confindustria, Vincenzo Boccia.

Ci siamo trovati in questo anno a **far fronte a quella che sembrava una ripresa economica ma che in realtà si è rivelata ancora una situazione di crisi rallentata**, che trova nuovi punti critici nel mondo. Se da una parte quello che era il mercato maturo, la vecchia Europa, è tornato ad essere il locomotore economico per molte imprese e per molti settori, alcuni dei mercati cosiddetti "emergenti", sui quali abbiamo puntato con tanta speranza, hanno segnato un brusco rallentamento, sbilanciando le nostre prospettive.

Ma noi imprese di un settore di nicchia, che ha come caratteristica "l'obbligo di innovare", abbiamo retto l'urto e, **malgrado le difficoltà serie e reiterate, continuiamo a mantenere la nostra leadership e anche quest'anno chiudiamo il 2015 con dati positivi**.

Da più parti, in ambito confindustriale, lo stimolo è quello di essere innovatori, essere imprese dinamiche capaci di cambiare e cogliere i cambiamenti. Noi lo siamo sempre stati: esportiamo in 120 paesi del mondo, siamo innovativi per rispondere alle sfide dei mercati; molti di noi hanno anche saputo dimostrare la capacità di crescita dimensionale e di aggregazione.

**Dobbiamo affrontare**, e Assomac ha già avviato un processo di analisi e di ricerca in questo ambito, **la tematica della sostenibilità e del risparmio energetico**. Per le nostre imprese queste tematiche sono davvero strategiche e vitali.

**Dobbiamo continuare**, come aveva sollecitato il mio predecessore nell'assemblea dello scorso anno, ad **affrontare seriamente il tema delle risorse umane e della formazione**, nonché del ricambio generazionale che non è solo quello dei figli degli imprenditori, ma ora è soprattutto il ricambio dei nostri collaboratori.

## 1. LO SCENARIO

### 1.1 CONGIUNTURA - SCENARIO GENERALE

A partire dal primo trimestre del 2015, l'Italia può considerarsi fuori dal reparto di terapia intensiva; il malato d'Europa, come era stato definito dall'Economist nel 2005, è ufficialmente uscito dal periodo di recessione iniziato alla fine del 2011. Il FMI, a partire dal primo trimestre del 2015, ha cominciato a fornire, infatti, una previsione di crescita positiva, che nel corso dell'anno è addirittura andata migliorando: dallo 0,5% allo 0,7%, quando poi, a fine anno, la crescita è stata dello 0,8%.

Si potrebbe pensare che questo riavvolgere il nastro all'indietro sia un gioco di decimali. Mi sembra importante partire da una sensazione che può essere poca cosa ma che in realtà rappresenta a mio avviso un cambiamento importante: per la prima volta, dopo anni, abbiamo la sensazione che domani potrebbe andare meglio. E non è una speranza. Si tratta della consapevolezza che, pur con molte contraddizioni, stop-and-go e incoerenze, il Paese ha iniziato a muoversi.

#### 1.1.1 Lo scenario italiano

**Gli effetti della lunga crisi si sono sentiti e continueranno a farsi sentire. I consumi delle famiglie, in particolare, sono la componente che più di tutte ha determinato la necessità per l'industria italiana di internazionalizzarsi.** La riduzione della spesa delle famiglie che, dopo aver avuto una tenuta nel primo periodo della crisi, si è poi ridotta a partire soprattutto dal 2011, ha mostrato finalmente una ripresa. Si tratta di una buona notizia perché, anche se i dati mostrano ancora una grande volatilità, soprattutto delle vendite al dettaglio, i tassi tendenziali sono comunque rimasti quasi sempre positivi. Il recupero dei consumi interni è stato generato da molti fattori: da un lato, un certo recupero dei livelli di reddito disponibile anche attraverso la crescita delle rendite finanziarie, dall'altro un clima di fiducia che è migliorato soprattutto tra la classe media.

Le esportazioni hanno certamente sostenuto la nostra crescita in questi anni e, a questo proposito, non possiamo che ringraziare, lo dico da cittadina prima che da imprenditrice, quelle migliaia di lavoratori, dipendenti e imprenditori, che hanno contribuito a esportare la "dolce vita", per usare un termine coniato in questi anni. Le imprese, però, hanno fatto un salto in avanti, silenzioso e non molto pubblicizzato. A differenza delle esportazioni della nostra prima fase di internazionalizzazione, questa nuova fase ha registrato due nuove strategie:

1. la crescita nei Paesi extra-UE, oggi vero baricentro del mondo economico, che si sta sempre più allontanando da casa nostra; in questo senso la cresciuta distanza, geografica e culturale, ha messo alla prova la nostra competitività, non solo dal punto di vista dei prodotti ma anche delle organizzazioni. Si diceva (si pensi sempre all'Economist nel 2005) che l'Italia ha due difetti strutturali, dati dalla specializzazione in industrie tradizionali e poco avanzate (tra cui la moda) e da una spina dorsale industriale basata sulla piccola e media impresa. I dati, invece, provano che la nostra struttura a filiera e la nostra specializzazione hanno sostenuto il nostro export, unica voce, come si è detto, che ha visto migliorare i livelli pre-crisi.
2. la crescita di strategie di internazionalizzazione complesse e miste, non solo basate sull'esportazione, si sono sempre più strutturate come partnership, fusioni, apertura di sedi commerciali e/o produttive oltre confine, spesso in Paesi lontani che servono i mercati più difficili da raggiungere con la produzione italiana.

Le nostre indagini interne non ci danno un quadro troppo positivo, soprattutto per questo trimestre e i mesi che verranno e in considerazione delle numerose incognite del mercato (si pensi alle vicende politiche con inevitabili ripercussioni economiche in Brasile e Russia, solo per citarne alcune).

Ma vogliamo essere positivi e guardare in una prospettiva di crescita. Quando si parla di crescita, però, dobbiamo capire da dove si parte. Permettetemi un piccolo sfogo.

Noi siamo costretti a crescere anche perché dobbiamo alimentare la spesa pubblica, e questo non è più accettabile.

Come non è più accettabile una politica europea che è ferma e muta su temi come la reciprocità di dazi e soprattutto la questione del “Made In”. Non entro nel merito, perché ciascuno sa perfettamente quali siano le ripercussioni negative delle NON scelte su questo tema.

Bene certamente le mosse attuate dal Governo sul tema del lavoro con il jobs act; apprezziamo gli sforzi fatti fin qui, ma non bastano. Aspettiamo attività strutturali in materia di fiscalità e investimenti.

E ancora non possiamo più accettare, come imprenditori, disparità di trattamento tra lavoratori del pubblico e del privato. Aspettiamo una riforma del sistema pensionistico che tuteli chi ha lavorato e chi ha versato i contributi, noi e i nostri dipendenti.

### **1.1.2 Lo scenario internazionale**

---

Sul fronte internazionale, i segnali che ci arrivano non sono meno contrastanti. Da un lato emerge un quadro pessimistico, generato dalle crescenti contrapposizioni politiche e militari a livello nazionale e globale. La crisi Ucraina ha fatto capire a tutti che l'Europa pacificata è una conquista meno scontata di quanto potevamo immaginare e di quanto possono immaginare le nuove generazioni, che non hanno ricordi diretti delle contrapposizioni della seconda guerra mondiale prima e della guerra fredda poi.

Il terrorismo globale sta minando seriamente il continente Europeo, dopo essersi accanito sugli Stati Uniti. Sfruttando la debolezza politica europea, stanno usando la paura e il terrore per minare uno dei capisaldi della nostra Unione. L'immigrazione dei rifugiati di guerra, la minaccia di cancellare il trattato di libera circolazione di Schengen, le barriere erette alle frontiere, sono l'ennesima prova politica per il nostro continente, dopo la minaccia dell'uscita della Grecia dall'Unione e la sfida Brexit. Tutti questi elementi mettono alla prova la nostra visione del mondo, la nostra capacità di solidarietà e unione politica e certamente avranno risvolti anche sul fronte economico.

Se da un lato, quindi, il nostro continente sembra incamminarsi verso un sentiero difficile, dall'altro l'economia mondiale, anche se con molta fatica a causa di criticità presenti in molti paesi, sembra riacquisire i suoi “motori” che per qualche mese si erano arrestati. Come spiega la nota di Centro Studi Confindustria di Aprile, l'espansione americana non è vorticosa, ma mostra segni di accelerazione proprio nel manifatturiero, che negli ultimi mesi era apparsa incepparsi. I buoni risultati sul mercato del lavoro e i redditi personali che salgono sembrano preparare il terreno per un più robusto aumento dei consumi, seppure fino ad oggi fanno languire le vendite al dettaglio. La locomotiva cinese, che pure ha registrato difficoltà, non sta deragliando: il PIL è salito nel 1° trimestre 2016 al ritmo minimo dal 2009 (+6,7% annuo), centrando per ora il target (tra il 6,5% e il 7%) che si era dato il Governo. La prova della robustezza di questa nuova fase sarà determinata quando terminerà l'anomalo forte flusso di credito, non sostenibile nel lungo periodo.

Tra gli altri BRIC, la Russia registra in marzo il 3° aumento mensile di fila per la produzione e l'inflazione è ai minimi da metà 2014, anche grazie al rublo in recupero da fine gennaio insieme al prezzo del petrolio.

Migliorano le condizioni anche in India con l'indice globale dell'economia che raggiunge il massimo da 37 mesi a questa parte.

Il Brasile vive un momento critico dal punto di vista politico, con il più grande scandalo di corruzione registrato in una democrazia e il processo di impeachment della sua presidente. In queste ultime settimane, però, il nuovo percorso politico che sembra aver preso il Paese ha fatto tornare l'attenzione degli investitori e un tendenziale apprezzamento della valuta sembra testimoniare che si potrebbe non essere lontani da una nuova svolta.

### 1.1.3 Lo scenario di settore

Non vi è alcun dubbio che dopo un biennio più che positivo, il settore delle macchine per calzature, pelletteria e conceria abbia subito una battuta d'arresto nel 2015. Vi sono a questo proposito luci ed ombre e certamente non possiamo parlare di crisi, ma nemmeno di un anno pienamente soddisfacente per le imprese.

Complessivamente il settore ha visto crescere la produzione dell'1,93%, al di sotto quindi del tasso fatto registrare nel 2014 pari al 9,56%.

Tuttavia, sfiorare il 2% di crescita annua rappresenta ancora, per il settore, un andamento più che positivo visto che è più di due volte il tasso di crescita dell'economia italiana.

A sostenere l'aumento sono state certamente le esportazioni, anch'esse per il terzo anno consecutivo in crescita e senza dubbio la quota di fatturato più importante nel bilancio del settore: l'81,75% del fatturato delle aziende italiane è infatti realizzato all'estero, dato che da solo fa intendere come ormai l'internazionalizzazione non sia più una opzione di crescita, ma una necessità.

L'export complessivo del settore, includendo anche le macchine per il sintetico e altri macchinari, ha superato la soglia dei 430 milioni di euro dopo il record ottenuto nel 2014 (422 milioni di euro) e facendo registrare un tasso di incremento del 2,28%, anch'esso certamente inferiore ai tassi degli anni precedenti.

Dunque, ancora una volta, possiamo guardare il lato positivo: si tratta del terzo aumento annuo consecutivo e con un tendenziale che durante il 2015 è andato via via in miglioramento; in un certo senso un rallentamento era nell'ordine delle cose.

Tuttavia uno sguardo più attento ai dati ci offre qualche motivo di preoccupazione in più.

Dei sei comparti, soltanto le macchine per calzature tradizionali e quelle in sintetico fanno registrare tassi di incremento significativi con aumenti del 9,89% e del 7,52% rispettivamente, seguiti dal comparto delle parti delle macchine che cresce del 4,23%.

La performance dell'export dell'intero settore è però condizionata da un andamento poco premiante del comparto delle macchine per conceria (-4,07%) e di quello delle macchine per pelletteria (-4,97%).

Se a livello di comparti esiste un andamento a macchia di leopardo, non di meno avviene a livello di mercati. Tra tutte le aree geografiche servite dalle nostre aziende, solo l'Europa Occidentale e il Centro-Nord America sono riuscite a mettere a segno una crescita in tutti e tre i principali comparti.

Dopo anni, anche in Europa Occidentale si sta tornando ad investire nella tecnologia per la conceria, la calzatura e la pelletteria. Nel 2015 tale mercato ha rappresentato rispettivamente il 15,15% delle esportazioni di macchine per conceria, il 23,28% delle macchine per calzature e il 40,94% delle macchine per pelletteria.

Crescenti anche le esportazioni in Centro-Nord America, anche se tale area si colloca al quinto posto nelle destinazioni dell'export del settore delle macchine pelle-calzature e quindi i tassi di incremento, anche se significativi, sono in alcuni casi legati a volumi relativamente piccoli.

Al di là della stretta analisi congiunturale, si può rilevare, invece, una modifica strutturale nell'andamento settoriale. I dati degli ultimi anni ci confermano che si sia di fronte a un cambiamento del sistema competitivo che richiede assetti e organizzazioni diverse dal passato. Le nostre indagini ci dicono che è in atto da tempo una sorta di polarizzazione dimensionale tra le imprese. Le performance migliori sono quelle delle grandi imprese (fatturato maggiore di 10 milioni di euro) e quelle delle piccole imprese (fatturato tra 1 e 5 milioni di euro) mentre soffrono le micro imprese e quelle intermedie.

La dimensione aziendale risulta quindi una chiave di lettura molto rilevante per interpretare il risultato economico a livello settoriale. In altre parole, le aziende eccellenti sembrano dividersi in

due gruppi distinti: le grandi, che certamente hanno le migliori performance, e le piccole, che a livello di redditività sono al di sopra della media.

In un contesto così turbolento come quello attuale, sembra dunque pagare una strategia di business che punta ad aumentare la propria dimensione operativa. Le imprese più grandi, infatti, dispongono di maggiori mezzi, finanziari oltre che commerciali, per affrontare una molteplicità di mercati e definire politiche di marketing che oggi sono sempre più importanti per fronteggiare una competizione sempre più agguerrita e con prodotti a basso costo. Dall'altro lato, però, le piccole aziende, che sono riuscite a superare il livello della micro impresa e che riescono a focalizzarsi in alcune nicchie tecnologiche, possono usufruire di agilità e flessibilità nella produzione e negli adattamenti delle macchine che sono riconosciuti e premiati dal mercato.

## 2. LE ATTIVITÀ DI ASSOMAC

### 2.1 PROMOZIONE

#### 2.1.1 La promozione all'estero: le missioni effettuate nell'ultimo anno e i risultati raggiunti

Grazie a ICE Agenzia per il supporto che ci offre. Grazie al MISE e in particolare al ministro Calenda che, da Vice Ministro ha avviato una lungimirante strategia di supporto reale al mondo delle imprese e al sistema fieristico. E grazie al sottosegretario Scalfarotto che sta dando seguito a questo percorso e che ci ha già sottolineato il suo appoggio.

Anche quest'anno, grazie al prezioso supporto di ICE Agenzia, abbiamo portato avanti un'intensa attività di promozione internazionale. Il senso della nostra attività di promozione è quello di **esplorare mercati e individuare reali e concrete opportunità di sviluppo e di business per le nostre aziende**. Le missioni, sia con la presenza delle aziende e quindi con collettive espositive sia semplicemente con incontri diplomatici ed esplorativi, **sono un capitale enorme per la crescita della nostra associazione e delle nostre imprese**.

La prima missione ufficiale, a inizio luglio 2015, è stata a **Cuba** con l'allora Vice Ministro Carlo Calenda, seguita immediatamente dopo da una missione in **Vietnam**, ad Hanoi e Ho Chi Minh City, i cui obiettivi erano avviare il progetto per la realizzazione di un centro tecnologico calzaturiero, finanziato da ICE Agenzia in collaborazione con l'associazione locale LEFASO, nonché partecipare alla fiera Shoes and Leather Vietnam, dove Assomac era presente con una collettiva di aziende associate.

A fine luglio 2015 siamo stati poi a Teheran, in **Iran**, dove abbiamo incontrato il Ministro dell'Industria e delle Miniere, per discutere della collaborazione comune e delle associazioni iraniane di settore.

Abbiamo partecipato, inoltre, all'interno della stessa missione, alla fiera del settore a Tabriz, dove Assomac aveva uno stand di rappresentanza.

Sono stata poi personalmente al seguito di un'importante missione governativa con il Primo Ministro Matteo Renzi in **America Latina**, toccando Cile, Perù, Colombia e Cuba.

È stata un'esperienza davvero importante per il sistema di rappresentanza della nostra piccola Associazione che ha permesso l'avvio del "progetto Cuba" e del "progetto Colombia", quest'ultimo in collaborazione con due associazioni locali, che è stato possibile anche grazie ad una missione preparatoria di Assomac svoltasi a settembre 2015.

Sempre in Colombia siamo stati invitati a presenziare ad un convegno tecnologico dalla Camera di Commercio di Bogotá e, a inizio luglio 2016, sarà realizzata una missione tecnica nel Paese in collaborazione con le associazioni locali.

A settembre 2015, abbiamo partecipato a Expo2015 alla firma di un accordo di collaborazione tra Ministero dello Sviluppo Economico e il Ministero dell'Industria indonesiano: si tratta di un accordo di collaborazione all'interno del quale stiamo sviluppando due progetti, uno per il settore calzatura e conceria, l'altro per il settore tessile, portato avanti da Acimit.

A fine novembre 2015, siamo tornati in **Iran** in occasione della missione ufficiale guidata dall'allora Vice Ministro Carlo Calenda: come Assomac abbiamo firmato due accordi di cooperazione con due associazioni locali.

Nessuno dei tanti viaggi fatti in questo anno di attività è stato banale o improduttivo. Non solo i viaggi e le missioni che mi hanno vista protagonista in prima persona, ma anche le diverse missioni dei nostri funzionari e tecnici ospitati in diverse occasioni anche di studio e di confronto con associazioni e realtà formative internazionali.

Sono state, in molti casi, missioni di Assomac di training formativo che si trasformano in una sorta di marketing indiretto che vuol dire far conoscere la nostra produzione per un nostro futuro business in paesi che si stanno sviluppando.

---

### 2.1.2 Simac Tanning Tech: il successo dell'ultima edizione e le attività per la prossima

---

Simac Tanning Tech 2016 e le relative strategie fieristiche basate sul processo di rinnovamento continuo e innovazione tecnologica ci hanno permesso di mostrare ancora una volta a tutto il mondo il nostro saper fare.

Sappiamo tutti che l'edizione di febbraio a Milano ha avuto un buon risultato. Ma non dobbiamo cullarci sugli allori: **i risultati raggiunti devono costituire uno stimolo a continuare sulla strada del rinnovamento e offrire, anche nel 2017, un momento di incontro unico e irrinunciabile.**

Va sottolineato che, assieme a Lineapelle, siamo stati l'unica fiera di settore con risultati in crescita, quindi in controtendenza rispetto alle altre manifestazioni internazionali.

Rispetto allo scorso anno, quest'ultima edizione ha fatto emergere un dato interessante: oltre alla crescita quantitativa e qualitativa degli operatori, abbiamo rilevato che la loro permanenza in fiera è aumentata. Questo riflette direttamente la qualità di quanto abbiamo saputo proporre come espositori che senza dubbio si è rivelato all'altezza delle aspettative anche del visitatore più esigente. Uno dei nostri punti di forza, infatti, è proprio quello di rappresentare un sistema di nicchia, compatto e con una grande capacità produttiva e innovativa. **Dobbiamo continuare a fare leva sui nostri punti di forza per continuare ad essere competitivi a livello globale.**

Ogni anno cerchiamo di innovarci e proporre un prodotto fieristico al passo coi tempi, che non deluda le aspettative degli operatori. Lo facciamo come lo fanno le imprese, a cui va il nostro plauso per la capacità di presentarsi al meglio e con le maggiori innovazioni. Vogliamo essere un "contenitore" all'altezza del "contenuto". Abbiamo lavorato con forza sulle azioni di marketing per attrarre gli operatori del sistema in questa bella e completa vetrina, nonché promosso la manifestazione durante tutto l'anno, in Italia e all'estero, riuscendo a intercettare potenziali nuovi visitatori.

Durante la manifestazione dunque possiamo dire che abbiamo FATTO SQUADRA.

Abbiamo dato visibilità alle aziende associate con il logo dell'Associazione all'interno di ciascuno stand e abbiamo realizzato video riprese nei singoli stand, che abbiamo messo online sul sito di Simac Tanning Tech. Il nostro obiettivo è dare visibilità alle aziende sul sito della manifestazione nel corso di tutto l'anno, creando così i presupposti per una sorta di fiera virtuale. Un piccolo segnale che rafforza il nostro valore di rappresentanza.

La collaborazione con Lineapelle, con il suo presidente e i suoi vertici, si è consolidata durante la manifestazione e il dialogo è proseguito anche dopo per una sempre maggiore sinergia tra le due fiere e l'intera nostra filiera.

Ci auguriamo di continuare a lavorare bene, come fatto finora, per raggiungere sempre nuovi traguardi con la giusta carica di fiducia nel futuro.

Il nostro intento, infatti, è quello di continuare su questa strada per **offrire un prodotto fieristico in cui domanda e offerta possano incontrarsi efficacemente e stabilire contatti duraturi nel tempo, con servizi adeguati e studiati su misura, migliorando l'esperienza in fiera sia degli espositori che dei visitatori.**

---

### 2.1.3 La collaborazione con ICE e le attività realizzate

---

Grazie a ICE Agenzia e al Ministero dello Sviluppo Economico, abbiamo la possibilità di portare avanti una consistente attività di incoming in occasione di Simac Tanning Tech: anche quest'anno, infatti, abbiamo ospitato 25 delegazioni e 150 delegati provenienti dai cinque continenti, confermando il carattere fortemente internazionale della manifestazione.

Inoltre, abbiamo realizzato insieme la "Lounge", al cui interno, visitatori, espositori e giornalisti

hanno potuto godersi qualche momento di relax e sviluppare allo stesso tempo contatti e azioni di networking. C'era, inoltre, lo spazio-laboratorio "Reverse Shoe", dedicato agli artigiani della calzatura; lo spazio "Future Shoe", totalmente votato all'innovazione tecnologica e "Air Tech", in cui poter ammirare le realizzazioni di sedili in pelle per aerei.

La collaborazione con ICE Agenzia si è svolta, però, anche prima della fiera: abbiamo messo a punto e realizzato materiale promozionale relativo a Simac Tanning Tech, come la brochure informativa spedita direttamente dagli uffici ICE nel mondo e destinata a potenziali visitatori.

## **2.2 INNOVAZIONE TECNOLOGICA**

---

In materia di innovazione tecnologica dobbiamo muoverci sempre di più nella direzione di proposte che si rivelino realmente innovative, con tecnologie che rispondano ai bisogni di risparmio energetico e tutela ambientale, che garantiscano una buona base di eco-compatibilità, trasparenza nella catena di produzione, riconoscibilità di prodotto e miglioramento del processo produttivo.

La grande sfida che vogliamo vincere è di essere al meglio interpreti delle necessità del mercato per essere sempre più concreti nel soddisfare le esigenze dei nostri clienti.

L'auspicio è che, anche grazie al supporto dell'Associazione, che ogni giorno monitora il mercato, tutti riescano ad interpretare il mutamento delle esigenze e le richieste che provengono dai clienti. Mi riferisco soprattutto a quelle legate alla sostenibilità, come per esempio l'automazione di processo e l'innovazione, che rappresentano oggi strumenti importanti a nostra disposizione per essere davvero innovativi e competitivi.

Dobbiamo continuare ad avere questa sensibilità nel percepire i cambiamenti e dare una risposta concreta ai nostri clienti, rimanendo, però, sempre flessibili e pronti a cambiare, dove necessario, il nostro approccio.

Sappiamo di rappresentare da sempre un anello importante della catena di valore della filiera pelle calzature, proponendoci non solo come fornitori di macchine ma anche come partner di tecnologia, una tecnologia che ha come obiettivo quello di rendere industrialmente realizzabili le idee degli stilisti. Un servizio che va oltre la pura offerta di macchinari e che comprende l'ascolto attento delle singole esigenze, il servizio post vendita e la capacità di interpretare le necessità di ciascuno.

Rispondendo alle istanze dei nostri associati, abbiamo fatto un grosso investimento nel raccogliere le informazioni in materia di compatibilità ambientale che sono state tradotte nel nostro libro dossier "Macchine per pelle e calzature e sostenibilità ambientale".

Per questo aspetto, il nostro settore è riconosciuto leader assoluto ed è proprio su questo che dobbiamo continuare a costruire il nostro vantaggio competitivo.

Le attività che abbiamo svolto in quest'ultimo anno si sono concentrate sull'efficienza e la green technology, sull'industria del futuro, sulla sensoristica e le reti di nuova generazione. Abbiamo realizzato training dedicati per la divulgazione della tecnologia e workshop sulla normativa e la sicurezza delle macchine.

In generale abbiamo dedicato attenzione ai sistemi di produzione sempre più volti all'automazione e alla digitalizzazione di dati e processi e in particolare a convegni e congressi internazionali nella filiera cuoio-calzatura; senza dimenticare mai il focus sulla sostenibilità e le problematiche green e la sinergia con Federmacchine per attività, seminari e studi.

Abbiamo avviato un servizio informativo per le richieste di identificazione dei produttori di impianti, macchine e attrezzature, nonché dato supporto alle richieste degli associati in merito ad aspetti normativi.

---

## 2.3 FORMAZIONE

---

### 2.3.1 I corsi e i workshop realizzati. I risultati e le attività future

---

Dai nostri incontri e dalle nostre analisi dei bisogni degli associati sono emerse chiare necessità formative e noi ci siamo attivati per darne soddisfazione. Vi cito solo un dato che è emblematico: 40 aziende e 120 persone hanno partecipato ai corsi che Assomac ha già organizzato. Si è trattato di corsi per migliorare, per crescere, per colmare lacune ma anche per abituarci a pensare in modo diverso e aiutarci a comprendere con nuove prospettive i singoli cambiamenti.

Sempre in tema di formazione, un'altra nostra attività istituzionale è quella del training ed assistenza tecnica, che si attua attraverso il PISIE nell'ambito della Cooperazione Internazionale, con iniziative di supporto alle realtà in via di sviluppo: mi riferisco, ad esempio, alle azioni di formazione professionale a livello imprenditoriale e di management tecnico.

## 2.4 FEDERMACCHINE

---

In quest'ultimo anno abbiamo continuato a lavorare con Federmacchine, la Federazione che rappresenta le associazioni dei beni strumentali, che ha rinnovato anch'essa i suoi vertici.

Sappiamo essersi impegnata e concentrata su attività che hanno visto, ad esempio, il coinvolgimento del Ministero degli Affari Esteri, con una sessione formativa sui beni strumentali a circa 30 diplomatici. Inoltre, è iniziata la fase finale di due importanti progetti "Machines Italia in India" e "Machines Italia in Russia", ai quali ha aderito la stessa Assomac assieme ad altre federate di Federmacchine.

Federmacchine si è impegnata, inoltre, su affidamento del Ministero degli Affari Esteri e di ICE Agenzia, nel coordinamento delle adesioni delle federate ai progetti realizzati in Marocco e Indonesia. La Federazione ha poi preso parte, nella persona del Presidente Sandro Salmoiraghi, al Forum Economico di novembre 2015 tenutosi a Sofia, nell'ambito della missione imprenditoriale in Bulgaria organizzata da Confindustria e guidata dal Ministro degli Affari Esteri, l'On. Paolo Gentiloni, e dedicata alle imprese operanti nei settori della meccanica agricola, macchinari per l'industria, infrastrutture e costruzioni.

Per il prossimo futuro, Federmacchine prevede di portare avanti nuovi progetti negli Stati Uniti e in Iran, in quest'ultimo caso grazie al progressivo ritiro delle sanzioni applicate al Paese che permetterà alle aziende del settore di recuperare significativamente le esportazioni; tutte attività svolte sempre grazie alla collaborazione delle federate nonché di ICE Agenzia e Ministero degli Affari Esteri.

### 3. CONCLUSIONI

**La sfida principale è quindi quella di stare al passo coi tempi e saperci innovare**, interpretando al meglio e in anticipo le richieste del mercato.

È importante preservare ciò che ci ha reso grandi in tutto il mondo, il nostro saper fare che ha sempre costituito il nostro valore aggiunto. Ma accanto a questo è indispensabile fare un passo in avanti.

**Essere globali vuol dire, infatti, saper rispondere alle esigenze del mercato e dei nostri clienti** senza perdere la nostra unicità, la nostra tenacia, la forza e la lungimiranza tipica delle nostre imprese.

È qui che si gioca il futuro del nostro settore la sfida dei prossimi anni, in quella logica di essere sistema, fare sistema per essere più competitivi.

Fare sistema non vuol dire soltanto condivisione di intenti: i tempi cambiano, il mercato cambia e la collaborazione tra associazioni, istituzioni e attori deve allo stesso tempo evolversi e rafforzarsi, assumendo forme nuove e più efficaci.

Ritengo sia necessaria **una profonda sinergia su progetti di filiera, con percorsi strategici per la creazione di una visione comune sul futuro tecnologico del nostro settore**. Un progetto che potrebbe avere, come evoluzione ultima, quella di **lavorare fianco a fianco nell'ambito di specifiche iniziative e cooperare in maniera fattiva e determinata**.

Rispetto al passato, infatti, **collaborare è oggi un dovere, in quanto è il mercato che ce lo impone**. Se nel passato da soli siamo andati lontano e abbiamo riscosso successo, oggi dobbiamo prendere coscienza che “insieme” è meglio. **Se vogliamo che il nostro sistema industriale sappia reagire ai cambiamenti in atto a livello economico internazionale, dobbiamo fare sistema**.

Lo ha sottolineato anche il neo presidente di Confindustria Vincenzo Boccia *“È fondamentale puntare sulle filiere per trainare il sistema produttivo su più alti livelli di competitività, migliorando con la capacità di stare sui mercati globali”*.

**Tra i nostri obiettivi prioritari vi è l'elaborazione di una politica di settore, capace di valorizzare e sviluppare il patrimonio di competenze e professionalità, soprattutto a livello tecnologico**.

Sempre il presidente Boccia nella sua relazione di insediamento ha detto *“per guidare bene un'impresa, il lavoro di squadra e la capacità di valorizzare i collaboratori contano molto di più della semplice attitudine al rischio”*.

Inoltre, non possiamo più rimandare l'appuntamento con l'innovazione intesa come produzione sostenibile, risparmio energetico, social responsibility, trasparenza e tracciabilità, per continuare ad essere competitivi e offrire ai nostri clienti un motivo in più per continuare a scegliere le nostre tecnologie.

Il sistema pelle rappresenta un settore importante. La consapevolezza di ciò ci impone in qualche modo di restare uniti e agire assieme, a tutti i livelli.

Un compito arduo ma non impossibile se si continua a guardare tutti nella stessa direzione.

Chiudo, dunque, citando un noto proverbio africano che recita così: ***Da soli si va più veloce ma insieme si va più lontano***.

