



UNIC

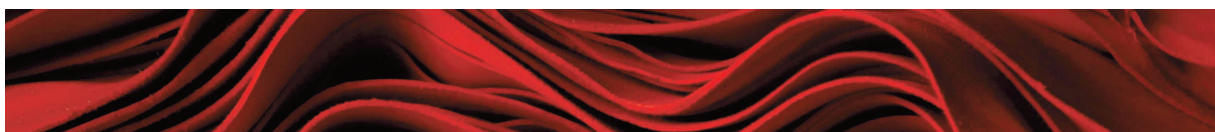
CONCERIA ITALIANA

Relazione del Presidente

GIANNI RUSSO

ASSEMBLEA 2016

Milano, 28 giugno | Palazzo delle Stelline



Buongiorno e grazie per essere oggi qui con noi, grazie alle istituzioni, agli ospiti e ai colleghi.

Un particolare affettuoso saluto ai giovani conciatori, che hanno accettato il nostro invito.

È la mia prima relazione da Presidente. Nell'acceptare la carica, che i colleghi mi hanno concesso l'onore di ricoprire, ho avuto fin da subito chiaro che l'UNIC, 70 anni lo scorso 19 aprile, sarebbe dovuta diventare **più autorevole, più coesa, più innovativa**, in grado di comunicare efficacemente i nostri valori, per annullare quegli stereotipi che ancora colpiscono la concertia.

Volevo, soprattutto, che si riprendesse **un dialogo trasparente e costruttivo** con tutti gli interlocutori, di filiera e non, pubblici e privati, **pur nel rispetto della reciproca autonomia.**

La conceria italiana è oggi **un'industria moderna**, capace di confrontarsi quotidianamente con l'attualità. Abbiamo colto tutte le opportunità, consapevoli che per crescere fosse necessario governare i cambiamenti. Il tempo ha cancellato imperi, il mercato ha dissolto settori, ma la "pelle", il "cuoio" sono sopravvissuti grazie ai suoi artigiani conciatori.

La nostra storia inizia da lontano e sa guardare lontano.

Molti, tra noi, pur avendo il supporto della famiglia e lavorando con i propri figli, hanno compreso **la centralità strategica delle risorse umane**, innestando **nuova managerialità** per sviluppare la propria impresa attraverso capacità gestionali, oltreché con l'indispensabile cultura del "saper fare".

Ci dedichiamo alle nostre imprese con una dedizione senza riserve, pensando ai giovani, che domani dovranno giustificare questa nostra fatica e sentirsi spronati a migliorarla.

Abbiamo la propensione a muoverci per il mondo perché **i mercati vanno compresi**, interpretati e con essi dobbiamo misurarci. Acquistiamo materia prima grezza e semilavorata da 119 Paesi, esportiamo in 122 Paesi.

La ripresa dell'economia italiana è modesta, le conseguenze della doppia caduta della domanda e delle attività produttive sono ancora molto profonde. Si indeboliscono le esportazioni, il commercio mondiale rallenta e le prospettive delle grandi economie extraeuropee rimangono relativamente incerte.

I consumi interni sembrano ripartiti, ma non per i prodotti a valle della nostra filiera: **il molto variegato panorama calzaturiero** registra un calo dei volumi di acquisto delle nostre pelli (-6%); vi è **un rallentamento nella pelletteria (-1%)**; **c'è stabilità per l'abbigliamento**, lieve riduzione nell'arredamento, **unico trend positivo per gli interni d'auto**, con le immatricolazioni in crescita a doppia cifra negli ultimi mesi.

Le nostre eccellenti concerie venete del segmento crescono in misura dirompente e servono le principali case automobilistiche italiane ed europee. Attualmente tale destinazione d'uso incide per il 10% della produzione conciaria nazionale, ma nel distretto veneto si arriva ad una quota tra il 20 e il 25%.

Confermato, salvo alcune eccezioni, il rallentamento del segmento lusso.

Nel 2015 vi è stata **una diminuzione limitata** della produzione, sia in termini di volumi che di valore (circa 2%). Le esportazioni che, dato su dato, incidono per il 77% del fatturato totale, hanno perso quasi il 2% rispetto al 2014.

Tra i principali Paesi di destinazione si registra una flessione del 9% verso l'area cinese, che rimane la principale meta estera, con una quota del 16% sul totale dell'export italiano, una crescita di Francia (+5%), Stati Uniti (+13%) e Corea del Sud (+8%). In calo Germania e Spagna.

Non voglio tediarvi con una serie di dati, li trovate dettagliati nel materiale distribuito e siamo a disposizione per i chiarimenti che riterrete necessari. **L'auspicio è che il 2016 si chiuda almeno sugli stessi livelli del 2015.** Dovremo lavorare tanto perché ciò si concretizzi, il momento non è dei più facili, la frenata si è sentita e si sente, fare previsioni è davvero impossibile.

Restiamo un settore leader rappresentando **il 65% della produzione europea**, seguito dalla Spagna col 9% e dalla Francia col 5%. In Europa possediamo il 78% delle concerie, il 52% degli addetti. **Il 19% della produzione mondiale, in valore, è nostro.** La conceria italiana, conscia del suo spessore, ha da tempo scelto **la strada della qualità e dell'innovazione.**

Investiamo in ricerca e sviluppo dal 4 al 5% del fatturato, circa 250 milioni di euro; sono oltre 1.200 i nostri addetti dedicati ad essa, pari al 6,7% sul totale degli occupati del settore, che, nel 2015, è stimato in 17.824 unità, sostanzialmente immutato rispetto al 2014.

Oltre il 70% delle imprese innova, almeno il 20% si è dotato di un proprio laboratorio interno.

A fronte di questi dati, è fuori discussione quanto le nostre pelli siano forti di un ineguagliabile valore sia funzionale che estetico e di uno straordinario contenuto per la pratica della sostenibilità. Tutto ciò dovrebbe esserci riconosciuto a livello di prezzo.

Il nostro “*value for money*” continua ad aumentare, ma i clienti non vogliono accorgersene.

Gli investimenti in ricerca e sviluppo andrebbero sostenuti con una politica fiscale di lunga durata. Il credito di imposta va potenziato, superando la logica incrementale, il super ammortamento funziona e andrebbe rinnovato.

Fare ricerca richiede risorse e competenze esterne all'azienda, specie quando di piccole dimensioni e di rapportarsi continuamente con le autorità nazionali ed europee. Purtroppo non sempre si è ascoltati e le tempistiche si dilatano nel tempo.

Qui il ruolo dell'associazione sarà cruciale.

Dovremo migliorare l'interazione con la Stazione Sperimentale Pelli di Napoli e con tutte le istituzioni tecniche, pubbliche o private, con gli enti di ricerca nazionali o territoriali, per ottimizzare le attività, condividere i risultati ed evitare sovrapposizioni.

Si lavorerà tanto per questo nella nostra UNIC, che vi investirà risorse importanti, perché la ricerca è davvero una necessità per tutti noi, così come lo è la formazione.

Non vogliamo più essere un settore di "solisti", vogliamo diventare un'orchestra e creare una più forte sensibilità industriale.

Fin dagli anni '80 ci siamo fatti carico della cura del territorio. E non solo. Lo conferma il nostro "Rapporto di Sostenibilità", che redigiamo da oltre 14 anni, di cui stiamo preparando la nuova versione, riferita al 2015, in italiano, inglese e francese, per tutta la nostra clientela.

Le prestazioni ottenute dal settore sono eccezionali: abbiamo tagliato del 98% il carico inquinante delle acque, del 40% l'uso dei solventi, del 21% i consumi energetici.

La sostenibilità ambientale è un valore insito nel nostro DNA. Ben prima dell'Accordo di Parigi sul clima dello scorso novembre, molte delle nostre aziende hanno sviluppato nuovi processi, utilizzando strumenti e tecnologie pulite.

Importanti investimenti sono stati fatti a livello impiantistico, tramite **lo sviluppo di sistemi di cogenerazione**, che consentono, oltre all'impiego dell'energia elettrica prodotta, il recupero di gran parte del calore, che nei sistemi di combustione tradizionali è disperso nell'ambiente.

L'economia circolare è qualcosa che ci appartiene da sempre: recuperiamo un sottoprodotto, ricicliamo i nostri scarti.

Il nostro vocabolario si è arricchito di acronimi ed espressioni, che, per molti di noi, sono ancora esoterici: *MRLS, Detection Limits, PFCs, ZDHC, Alchilfenoli Etossilati, Composti Organici Volatili (COV), PFOS, PFAS*, ecc. Sono termini comunemente utilizzati nei laboratori e nelle aziende chimiche, ma che ormai, quotidianamente, pronunciamo all'interno delle nostre aziende e con i clienti.

In questo quadro di grande movimento, che comprende anche la necessaria attenzione alle norme doganali di taluni Paesi come, in particolare, Cina, Giappone e USA, siamo di fronte ad un rischio reale: limiti sempre più bassi per svariate sostanze, legalmente disciplinate o no.

La loro analisi nei pellami costituirà sempre un punto critico, se non supportato da regole condivise e concordate con gli attori della filiera, che possano garantire certezza delle prestazioni e dei risultati.

Ho riassunto in poche parole l'obiettivo di un ambizioso progetto associativo, in cui credo fermamente, il **CLeAR**, *Confidence in Leather Analysis Results*, da poco avviato, che affronta tali tematiche, sia dal punto di vista politico gestionale, sia tecnico-analitico. Riponiamo grandi aspettative in questi gruppi di lavoro, dove si affrontano a livello internazionale tali criticità con i più importanti brand, per stabilire un percorso comune, per adddivenire ad un protocollo di regole, che disciplini la caratterizzazione chimica dei pellami, limitando l'arbitrarietà dei laboratori.

Tale attività supporterà la nostra collaborazione con Camera Nazionale della Moda sul documento delle linee guida per i requisiti eco-tossicologici di 350 sostanze chimiche, realizzato con Sistema Moda Italia, Federchimica e Associazione Tessile e Salute.

Il 19 aprile scorso, a Roma, in Senato, insieme con le associazioni sopra citate e alla presenza del sottosegretario del Ministero dello Sviluppo Economico *Ivan Scalfarotto* e del vicepresidente del Senato *Valeria Fedeli*, ho presenziato al convegno "Il valore del made in Italy sostenibile".

È stata la prima, importante occasione per illustrare al mondo politico i contenuti e la dinamicità del nostro settore.

La nostra associazione sta lavorando audacemente in maniera trasversale per tessere strette relazioni sia all'interno della filiera, che a livello istituzionale. Comunicare il concetto di concertia sostenibile rappresenta la "vision" da condividere e sostenere.

Ai brand, noi concertie, **abbiamo dato risposte concrete**, strumentali alle loro esigenze di corretta visibilità pubblica, con l'adozione di pratiche coerenti con la sicurezza del bene finale. Forniamo ad essi consulenza e assistenza post vendita, siamo elastici e reattivi di fronte ad ogni loro richiesta. Inoltre, attraverso ICEC, l'Istituto di Certificazione Conciario, accreditato Accredia, l'UNIC elabora specifici capitolati su limiti, utilizzi, analisi e li aggiorna semestralmente.

Tra i futuri obiettivi: la sottoscrizione, da parte di tutte le associate del **Codice di Condotta UNIC**, certificato da ICEC, quale strumento fondamentale di comunicazione dei valori delle nostre imprese per la responsabilità sociale.

Sarà un connotato importante, che avrà ripercussioni anche sulle aziende espositrici di LINEAPELLE e sulla fiera stessa.

Per affrontare tutte queste tematiche, si deve necessariamente **investire in innovazione**.

Il rifiuto della modernità non ci appartiene, come ho già detto all'inizio.

Ci stiamo già preparando alla 4^a fase evolutiva. Dopo meccanizzazione, industrializzazione, automazione: **la digitalizzazione**.

Ci dovremo arrivare tutti e presto.

Sarà importante essere flessibili e veloci nella risposta ai cambiamenti. Da questo processo deriveranno nuovi strumenti non solo tecnologici, ma anche e, soprattutto, organizzativi e di approccio al cliente e ai mercati.

Siamo arrivati alle **relazioni industriali di categoria**, sempre orientate al dialogo continuo, per soluzioni pragmatiche e innovative, nell'interesse sia dell'impresa che dei lavoratori, in un clima di pace sociale.

Nella concia, **i contratti si sono sempre rinnovati in tempi brevi, costruttivamente e senza troppe conflittualità**. Sul nostro tavolo c'è, per ottobre prossimo, il nuovo contratto di lavoro, che ci prospetta la vecchia mai risolta opzione tra il primo ed il secondo livello. Vedremo come si evolveranno tali posizioni, ma sembra emergere, a livello confederale, un obiettivo condiviso: **l'impulso al welfare per i nostri dipendenti**. Dobbiamo rendere **più sicuro il futuro**, più agevole la responsabilità, più facile la formazione professionale e culturale.

Personalmente, sono convinto che la contrattazione aziendale sia la sede ideale per realizzare un modello capace di dare impulso alla crescita, allo sviluppo ed alla partecipazione alle performance aziendali; bilanciare in maniera sostenibile la retribuzione in funzione della produttività e qualità.

Gli accordi di secondo livello dovrebbero essere incentivati dalla leva fiscale, come in parte è già stato fatto. Lo scambio salario/produttività dovrebbe essere sostenuto maggiormente dal governo, implementando la detassazione, rimuovendo i tetti al premio ed alle retribuzioni degli addetti interessati.

È tempo che la contrattazione torni ad esercitare il suo benefico ruolo a favore della crescita, senza traumi, ma anche senza cedimenti.

Passiamo ora a **parlare di fiere**, della nostra LINEAPELLE, che tra poco ritornerà sotto il nostro pieno controllo. Il noto conflitto con BolognaFiere iniziato con il trasferimento da Bologna a Milano é ormai giunto a una soluzione.

Qualche giorno fa, all'inaugurazione di "Pitti Uomo", dove si è fortunatamente vista tanta, meravigliosa pelle italiana, il ministro *Calenda* ha affermato: *"le scelte fieristiche vanno fatte nell'interesse dei clienti e non degli enti organizzatori"*.

Noi questo concetto lo abbiamo sempre sposato, ma ancor di più, quando, a pochi mesi dal suo inizio, approfittando di una finestra apertasi con Fiera Milano, si è deciso di posticiparne le date, portandole al **20-22 settembre, venendo così incontro alle esigenze di espositori e visitatori**, spaventati da un anticipo che avrebbe compromesso le loro opportunità di lavoro.

Per LINEAPELLE, sempre più internazionalizzata, quella di settembre prossimo sarà **una edizione da record**, con espositori e superficie espositiva in forte crescita. È ovvio che ci aspettiamo che anche i visitatori segnino aumenti consistenti.

La data non è l'unica novità.

È stato deciso di posizionare le Trend Area, dedicate all'invernale '17/'18, anziché nei Lem, le strutture sul Ponte dei Mari, all'interno dei singoli padiglioni, con un particolare allestimento. Questi spazi rappresentano una grande attrazione, sono oggetto di studio da parte di migliaia di visitatori nei 3 giorni di fiera e valorizzano le collezioni più creative degli espositori.

È di grande supporto per tale valorizzazione anche il **Trend Book**, che editiamo semestralmente.

Verrà, inoltre, migliorata la **segnaletica** e, grazie anche al supporto economico di Mise e di Ice, realizzeremo un'intensa **campagna pubblicitaria**, nei mesi di luglio, agosto e settembre sulle principali riviste di moda e arredo internazionali, sui magazine delle compagnie aeree, sulle riviste online e sulla stampa di settore.

"Welcome to the Leather Space" è lo slogan che vorremmo far diventare un tormentone.

La collaborazione con Ice prevede **un'attività di incoming**, rivolta a buyer e giornalisti provenienti da Usa, Cina e diversi Paesi europei, abitualmente non presenti alle nostre manifestazioni e che coprono le vaste aree di utilizzo.

Se LINEAPELLE è la “fiera”, da lei e per lei sono scaturiti eventi di nicchia, altrettanto importanti. Tra poco si svolgerà a Fieramilanocity, **Anteprima**, con 56 espositori, affiancata da Prima Mu di Milano Unica. Per la mostra che ha un suo specifico ruolo nel mercato, ci siamo impegnati a fondo, **sia per incrementare il numero di espositori sia per renderla meno impegnativa nei costi.**

Subito dopo, avrà luogo **LINEAPELLE London**, in piena ascesa, con circa 40 aziende espositrici e, a seguire, **LINEAPELLE New York**, che comprende circa 100 espositori e rappresenta l'unica manifestazione di spessore del settore pelle negli Usa.

Tutti questi nostri eventi sono arricchiti da **conferenze tecnico-stilistiche e corsi di formazione sul prodotto pelle.**

Non smetteremo mai di **diffondere la cultura della pelle presso le nuove generazioni.** È intensa la collaborazione con tutte le scuole di moda nazionali ed internazionali. Forniamo loro costantemente materiali, facciamo formazione, organizziamo visite nei distretti.

Il nostro **LP Fashion Studio** riceve quotidianamente visite da tutto il mondo. Nessun altro luogo riesce a dare con tanta immediatezza la ricchezza, la bellezza, il gioco della creatività, tra passato e presente, delle nostre pelli. È **una forma di comunicazione ad effetto**, che esalta la qualità della nostra manifattura e ne sollecita la conoscenza.

Proprio oggi si apre **Milano Moda Graduate**, organizzato da Camera della Moda, ne siamo sponsor e ci ha fatto piacere constatare quanti siano stati gli studenti che hanno scelto la pelle per i loro prototipi.

Faccio solo un accenno ad un'altra iniziativa cui teniamo molto, **“Amici per la Pelle”**, un concorso per le scuole medie inferiori, che promuove l'importanza del settore anche in relazione alla sua validità nell'impiego futuro di giovani.

Abbiamo bisogno di giovani che abbiano voglia di lavorare in conceria, che apprezzino il benessere creato dal settore nei loro distretti.

La conceria italiana non sarebbe quella che è oggi senza i suoi distretti regionali. Sono molto più di un'espressione organizzativa industriale. Con spontaneità e creatività, è sorto **un modello esemplare di collaborazione collettiva e corale.** Un volano che moltiplica quotidianamente ogni valore della nostra vita: imprenditoriale. I distretti veneto, toscano, campano e lombardo sono realtà simili, ma non uguali, che ci infondono fiducia nel futuro e soddisfazioni nel mercato.

È di moda oggi parlare di imprese in rete e aggregazioni, ma noi, e con noi la calzatura e la pelletteria, con i nostri distretti, **non abbiamo sempre fatto gruppo-squadra? Non siamo sempre stati in grado di dare risposte efficaci al mercato, che modifica continuamente la sua domanda?**

Paradossalmente, mentre in Italia si è avviato un processo critico a questo ottimo, per noi, modello produttivo, nei Paesi più sviluppati e dinamici, come la Germania, si scopre ora il valore del “cluster”, per creare condizioni di attrattività degli investimenti esteri e favorire il radicamento dello sviluppo del territorio.

Il nostro modello storico appare quindi estremamente innovativo. Occorre tuttavia continuare ad innovare per promuovere la crescita dell'intera struttura conciaria.

Ho lasciato per ultimo **la nostra attività editoriale**: il settimanale “**MdP La Conceria**” rimane una fonte di informazione preziosa per il settore, così come lo è diventata **la nostra newsletter quotidiana**, ora anche in versione inglese.

Da gennaio ad oggi abbiamo registrato un incremento di contatti di oltre il 140%, raggiungendo, oltre agli operatori della filiera, i più importanti brand mondiali.

Abbiamo tra gli ospiti il segretario della **nostra Confederazione Europea**, Gustavo Quijano, con la quale abbiamo ripreso **una più sinergica collaborazione**, auspicando che la conceria italiana arrivi a godere delle attenzioni delle Istituzioni comunitarie all'altezza del suo valore. Ci sono in ballo questioni importanti, sia sull'ambiente che sull'etichettatura degli articoli in pelle e cuoio.

Noi, intanto, continuiamo a proteggere con forza i nostri marchi "vero cuoio" e "vera pelle".

Sarà **Rino Mastrotto**, in qualità di vicepresidente, a rappresentarci in Cotance, così come ci rappresenta nel Consiglio Internazionale dei Conciatori. Grazie a lui, abbiamo ospitato nel settembre scorso, il World Leather Congress, con 400 delegati provenienti da tutto il mondo.

Credo di avere descritto, anche se sinteticamente, tutte le attività del nostro Gruppo, nel quale sono in corso **cambiamenti strutturali importanti**.

Le nostre industrie e la nostra associazione devono crescere insieme: **il rinnovamento che si determina sarà in funzione delle nuove esigenze imposte dal mercato.**

“C’è chi guarda alle cose come sono e si chiede perché? Io penso a come potrebbero essere e mi chiedo perché no?”

La frase non è mia, è di Robert Kennedy, ma la ritengo significativa per il processo di innovazione che stiamo intraprendendo.

Voglio ringraziare di cuore i miei colleghi, i vicepresidenti, i consiglieri, gli associati tutti, che mi stanno supportando con grande energia e disponibilità. Ringrazio i collaboratori del Gruppo, persone capaci e piene di entusiasmo e orgogliose di rappresentare il nostro settore.