



# il nuovo **CORRIERE DELLA CALZATURA**

# Foto **Shoe** 15

Editoriale di Foto Shoe Production srl - 20090 Trezzano s/N. (MI) Italy  
Via Leonardo da Vinci, 43 - Tel. +39/02.4459091 - Fax +39/02.48402959  
http://www.fotoshoe.com - e-mail: info@fotoshoe.com



**GUSBI S.p.A**  
27029 Vigevano (PV) Italy - Via Alessandria, 35  
Tel. +39/0381.20545/6  
Fax +39/0381.22500  
gusbiliv@gusbi.com - www.gusbi.com

**Machines, leather, synthetics, components, accessories and style for footwear and leathersgoods**



A colloquio con Adolfo Urso

**Procedere sulla linea della qualità**

Interview with Adolfo Urso

**Proceeding on the basis of quality**

(a pag.-on page 10)

Giorgio Cannara  
alla testa di Fiamp  
**In difesa del  
Made in Italy**



Giorgio Cannara  
at the head of Fiamp

**Defending The  
"Made in Italy"  
product**

(a pag.-on page 14)



(a pag.-on page 41)

**A Milano in  
anteprima le  
tendenze di Filo**



**Filo trend preview  
in Milan**

(a pag.-on page 66)

**Micam  
Shoevent**



**Micam  
Shoevent**

(a pag.-on page 60)

**GDS  
e Global Shoes**



**GDS and  
Global Shoes**

(a pag.-on page 64)

**Mipel: occhi aperti  
sul futuro**



**Mipel: eyeing  
the future**

(a pag.-on page 90)

A colloquio con Adolfo Urso - Interview with Adolfo Urso

# PROCEDERE SULLA LINEA DELLA QUALITÀ

## Proceeding on the basis of quality

Alla vigilia del principale appuntamento fieristico del made in Italy, Micam Shoevent, incontriamo l'onorevole Adolfo Urso, Sottosegretario allo Sviluppo Economico con delega al Commercio Estero, per fare il punto sulla situazione economica nazionale, con particolare riferimento al settore calzaturiero, in questo momento congiunturale sicuramente non favorevole.

Profondo conoscitore delle problematiche del nostro settore, di cui si è fatto portavoce sia presso le istituzioni nazionali che comunitarie europee, l'On. Adolfo Urso in questa nostra intervista delinea lo scenario internazionale, per poi passare ad esaminare lo stato dell'arte del settore calzaturiero italiano, le prospettive per il futuro, le azioni di sostegno previste dal Governo e dai suoi istituti, il ruolo delle manifestazioni fieristiche...

*On. Adolfo Urso, qual è la situazione in generale del sistema produttivo italiano?*

Il quadro economico nazionale ed internazionale sta attraversando una fase di seria criticità che certamente non si esaurirà nel 2009. Questo periodo che nostro malgrado stiamo attraversando dovrà servire per ristrutturare il sistema produttivo promuovendo la Ricerca e Sviluppo nell'ottica dell'efficienza e dell'efficacia ma pure della tutela ambientale e dell'energia pulita. Il nostro sistema produttivo può peraltro far leva su un settore manifatturiero, ed è anche il caso del cal-



Adolfo Urso

zaturiero, vitale ed operativo, a differenza di altri paesi europei che, avendo delocalizzato la produzione per concentrarsi principalmente sulla regia finanziaria, trovano ora maggiori impedimenti. Noi, purtroppo, essendo un paese esportatore subiamo la crisi degli altri paesi, per questo in questa fase serve anche rimodulare la nostra presenza all'estero scegliendo i mercati meno sofferenti,

dal nord Africa ai ricchi Emirati Arabi.

*E qual è la situazione, in particolare, del settore calzaturiero italiano? Ci può dire un suo giudizio sul suo stato di salute e sulla sua struttura produttiva?*

In questi anni il settore si è salvato perché è riuscito a ristrutturarsi e a puntare sulla qualità, ancora il 2008 è positivo per l'export del comparto calzaturiero. Per questo ritengo

che il settore dovrà procedere nella linea della qualità e, con il supporto delle Istituzioni, nell'affermazione del "Made in Italy", che potrà rivelarsi uno strumento vitale per la competizione nei mercati. Certamente lo Stato farà anche il possibile per difendere il comparto da quei menomi di concorrenza sleale come il dumping, anche quello sociale e lavorativo. Il rispetto delle regole è fondamen-

tale, bisogna giocare la partita ad armi pari. Tuttavia non dobbiamo cadere nell'errore di cedere alle sirene protezionistiche che sarebbero un danno per il nostro paese, ma occorre fare fronte comune per difendere i marchi e la tracciabilità dei prodotti nel precipuo interesse del cittadino consumatore. Il settore calzaturiero dovrà quindi promuovere anch'esso la strada della ricerca e dell'innovazione di prodotto e di sistema, senza mai dimenticare l'importanza della "massa critica" e delle aggregazioni imprenditoriali nel momento in cui si decide di affrontare l'impegnativa ma spesso vitale sfida dell'internazionalizzazione.

*Quali sono le iniziative di supporto del settore calzaturiero italiano che il Governo ha condotto in passato e quelle più urgenti studiate per il futuro?*

Noi stiamo conducendo in Europa una battaglia sacrosanta per il cosiddetto made in, ovvero l'obbligo dell'etichettatura per merci extra europee. Una misura a tutela del consumatore che deve sempre essere informato sull'origine del prodotto. Questo potrebbe essere l'anno decisivo se riuscissimo a vincere l'ostracismo soprattutto della Germania. Non posso poi dimenticare il sistema di agevolazioni previste dalla SIMEST, la società per le imprese all'estero, dall'ICE che ha nel suo calendario il sostegno di molte iniziative legate al comparto calzaturiero, nonché dalla SACE, per sostenere le imprese che



Andrea De Bertoldi

operano sui mercati internazionali assicurando gli investimenti soprattutto in aeree di maggiore rischio paese.

*Come si può uscire da questa crisi?*

Da questa crisi si uscirà nell'ambito di una ripresa mondiale dell'economia. I singoli Stati, ed ovviamente il sistema imprenditoriale, dovranno però farsi trovare pronti. Sono fiducioso che una ripresa è possibile già dalla fine di questo anno difficilissimo. Nel frattempo non bisogna stare ad aspettare la lieta novella, ma rimboccarsi le maniche come gli imprenditori sanno fare e studiare i mercati che crescono di più, che sono immuni dalla crisi. Le faccio un solo esempio, recentemente sono stato in missione in Arabia Saudita; ebbene, il Governo ha stanziato oltre 470 miliardi di euro per i prossimi 10 anni per la costruzione di opere pubbliche, ma anche per rilanciare i consumi interni. In quel paese, ma come in altri, il made in Italy è associato al bello e al ben fatto. Quindi, c'è un oasi nel deserto, ma che pochi conoscono. Per

questo non bisogna demordere, ma continuare a internazionalizzarsi: è la sola strada percorribile per essere vincenti.

*Quale ruolo possono avere le manifestazioni fieristiche di settore in questo quadro?*

Ritengo vitale per affrontare ora la crisi economica, e poi per partecipare da protagonisti al momento della ripresa, promuovere quelle manifestazioni fieristiche nazionali ed internazionali che si caratterizzano per una indubbia qualificazione e specializzazione. Tali sono sicuramente, per rimanere nel settore della pelletteria: MICAM, MIPEL, EXPO RIVA SCHUH, e pure la recente EXPO RIVA SCHUH MIDDLE EAST negli Emirati Arabi, ed auspico quindi che iniziative analoghe possano non solo continuare, ma crescere ed aggredire pure i mercati emergenti del Far East, divenendo una testa di ponte per l'affermazione ed il consolidamento internazionale del "made in Italy". In questo senso non mancherà mai il supporto del Governo per la promozione internazionale.

## LO STATO, PARTNER NELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

### The State, partner in internationalisation

Alla sfida dell'internazionalizzazione lo Stato risponde attivando una serie di strumenti a supporto dell'azione delle imprese italiane all'estero, al di fuori dell'UE. Tramite Simest, la Finanziaria che fa capo al Ministero dello Sviluppo Economico, l'imprenditore italiano può accedere a finanziamenti agevolati e partecipare, mediante sottoscrizione di capitale o acquisto di quote, ad una società di diritto estero: interessanti opportunità di cui ci parla Andrea De Bertoldi, dottore commercialista e consulente economico personale per l'internazionalizzazione del Sottosegretario allo Sviluppo Economico On. Adolfo Urso.

I fondi di Venture Capital costituiscono un'interessante opportunità introdotta nel 2004 dal Dicastero Urso, per affiancare le imprese italiane all'estero, in questa delicata fase congiunturale. Quali possibilità si aprono oggi con Simest? "Si possono attivare

diverse forme di investimento: per gli studi di prefattibilità e fattibilità collegati alle esportazioni o ad investimenti italiani all'estero (salari, emolumenti a esperti, viaggi, spese tecniche, studi, ecc.), per il sostenimento delle spese dei programmi di penetrazione commerciale delle imprese esportatrici di beni e servizi che intendono realizzare o potenziare un insediamento durevole (spese di costituzione e funzionamento uffici e magazzini, studi di mercato, pubblicità e servizi di assistenza alla clientela ante e post vendita)".

Lo Stato, attraverso Simest, diventa anche partner delle imprese...

"Ci sono due strumenti: il primo, la partecipazione fino al 25% del capitale di rischio per un periodo massimo di otto anni, dopo il quale l'impresa dovrà riacquistare le quote Simest, obbligo per il quale è prevista una garanzia fideiussoria. Simest delega interamente la gestione all'impresa italiana, non richiedendo posti in CDA ed impe-

gnandosi a votare nelle assemblee conformemente all'impresa nazionale e come contropartita richiede all'impresa una remunerazione annua del capitale investito (tra il 6 ed il 6,5%). Fondi di Venture Capital sono complementari alla partecipazione Simest di cui sopra, atti a affiancare l'imprenditore italiano nel partecipare al capitale di rischio della società estera. Pur essendo sempre previsto l'obbligo del riacquisto entro un massimo di otto anni, non viene richiesta alcuna fideiussione".

Qual è la convenienza di questi strumenti?

"La combinazione tra partecipazione Simest e dei Fondi di Capital Venture può comportare una prevedibile remunerazione annua del 4-5% circa, con in più il contributo finanziario ex lege 100 sul capitale proprio di circa il 2%".

Quali sono i tempi per accedere a questi strumenti?

"Velocissimi: dalla presentazione delle domande si possono preventi-