

AREA DI CRISI COMPLESSA FERMANO MACERATESE

IL COMPARTO CALZATURE, PELLI E CUIOIO NELLA PROVINCIA DI MACERATA

La realtà calzaturiera della provincia è costituita da circa 9.000 addetti (il 10% degli occupati a livello nazionale nel settore) che lavorano in circa 800 aziende 100 delle quali di tipo industriale.

Ma l'entità del settore calzaturiero non si ferma a queste, pur significative cifre: accanto ad esso, infatti vi sono oltre 80 aziende con circa 2500 addetti che si occupano della produzione dei componenti (suole, tacchi, tomaie accessori, ecc.) ed un comparto della pelletteria nella zona di Tolentino con la presenza di oltre 60 aziende fra cui alcune importantissime concerie.

Questa "economia integrata" concorre a determinare un primato spesso sconosciuto: nella provincia di Macerata, in particolare nel comprensorio di Civitanova Marche, esiste il più importante e qualificato raggruppamento di aziende produttrici di componenti (suole in particolare) per calzature In italia e in Europa.

Basta un solo giorno per passare dall'idea al prodotto finito, grazie all'esistenza in uno spazio ristretto di tutte le strutture utili alla creazione del prodotto (modellisti, stampisti, software, componenti, trasporti, servizi di ogni genere, ecc.).

Oltre l'80 % della produzione locale viene esportata; le principali direzioni di vendita all'estero interessano la Francia, il Regno Unito, gli U.S.A e la Russia.

Per sostenere i processi qualitativi e l'inserimento di giovani è stato realizzato presso la l'Istituto professionale di stato "F. Corridoni" di Civitanova Marche - sede di Villa Eugenia - un laboratorio per la formazione di specifiche figure professionali - **The School of Shoes**. E' stata inoltre costituita anche una Fondazione ITS per l'Istruzione Tecnica Superiore "*Nuove Tecnologie per il made in Italy*" che coinvolge l'ITIS "Montani" di Fermo e l'ITC "Corridoni" di Civitanova Marche.

CRITICITA'

L'evoluzione delle dinamiche economiche degli ultimi anni, insieme a particolari avvenimenti che hanno interessato questo territorio, hanno messo in forte crisi tutto il distretto marchigiano.

Ad elementi esogeni quali:

- Rafforzamento della grande distribuzione internazionale,
- Rafforzamento dei grandi marchi internazionali
- Crescita delle piattaforme E.commerce
- Competizione internazionale sempre più agguerrita e non sempre rispettose delle regole
- Scarsa tutela del Made in Italy
- Sanzioni in Russia
- Dinamiche di costi non allineati con altri paesi europei e extraeuropei
- Condizioni di non reciprocità dei dazi
- Processi di “maturazione” dei mercati originariamente affezionati al Made in Italy

si aggiungono elementi endogeni quali

- Piccole dimensioni delle imprese locali
- Costo del lavoro elevato
- Carenze infrastrutturali per un comparto fortemente orientato all'Export: (carenza di voli aerei e treni – reti digitali inadeguate)
- Difficoltà di accesso al credito aggravatesi con la scomparsa del principale istituto di credito locale
- Sisma
- Difficoltà ad attivare processi di aggregazione, di innovazione, di Web Strategy e di E-commerce
- Crollo del mercato russo
- Abbandono dei mercati e riconversione verso attività di contoterzismo
- Sistema formativo fortemente inadeguato a sostenere il settore

I COMUNI MACERATESI COINVOLTI NELL'AREA DI CRISI COMPLESSA

- Civitanova marche,
 - Montecosaro,
 - Morrovalle
 - Potenza picena
 - Monte san giusto
 - Corridonia
 - Tolentino
-

A) POSSIBILI MISURE D'INTERVENTO PER FAVORIRE L'OCCUPAZIONE NELL'AREA DI CRISI COMPLESSA DEL DISTRETTO PELLI-CALZATURE FERMANO-MACERATESE

Le Misure “Occupazionali” che sembrano di immediata e concreta necessita nell’ambito degli interventi previsti a supporto dell’Area di Crisi Complessa del distretto pelli e calzature fermano – maceratese attengono *al supporto per le aziende che, trovandosi in difficoltà produttiva e occupazionale, hanno esaurito la possibilità di ricorrere agli ammortizzatori sociali, avendo superato il biennio di utilizzo all’interno del quinquennio mobile introdotto dal D.Lgs. 148/2015.*

Lo stesso supporto potrebbe essere riconosciuto a quelle aziende che pur non avendo completato l’utilizzo degli ammortizzatori nel quinquennio, per le proprie condizioni oggettive non riescono a ricorrere agli stessi in assenza delle condizioni normative previste.

Alla possibilità di creare incentivazioni occupazionali per quelle aziende che effettuando investimenti nei comuni dell’Area, procedono ad assunzioni a tempo determinato o indeterminato, part-time o full-time, sia direttamente che a seguito di tirocini avviati.

Gli importi potrebbero configurarsi secondo le precedenti esperienze adottate dalla Regione Marche sia nei provvedimenti di stabilizzazione, che in quelli relativi alle trasformazioni dei tirocini nel Piano garanzia Giovani che nelle trasformazioni sempre di tirocini nell’Area del cratere.

Le aziende che investano a vario titolo dovranno nel contempo essere sostenute da azioni di “Politiche Attive del Lavoro” in grado di riqualificare e comunque formare nelle professionalità richieste le risorse individuate dalle aziende per i loro programmi di assunzioni.

B) SOSTEGNO DEGLI INVESTIMENTI - INDICAZIONI POSSIBILI LINEE DI INTERVENTO LIMITI DELLA LEGGE 181/89:

- E' Troppo elevato limite minimo di investimento, necessario un abbassamento (da 1,5 milioni a 1 milione);
- Il vincolo dell'incremento occupazionale da rivedere, rendendolo meno stringente in termini numerici e temporali;
- La grande impresa può accedere solo al finanziamento agevolato, con il limite de minimis: quest'aspetto rende la misura non attrattiva, in quanto le imprese più grandi solitamente si finanziano a tassi inferiori nel mercato del credito ordinario; pertanto è necessario introdurre benefici più incisivi per spingere le imprese più grandi ad investire in quest'area;
- Le procedure di presentazione della domanda devono essere semplificate: è assolutamente necessario rivedere l'iter agevolativo, rendendolo meno rigido e complesso in termini di mole di documentazione richiesta e adempimenti necessari.

Questi elementi rendono la 181/89 una misura un po' troppo “rigida”, e “poco attrattiva”

Finalità prioritarie:

1. rafforzare il tessuto produttivo esistente, attraverso misure specifiche per accrescere la competitività delle imprese nei nuovi contesti di mercato
2. attrarre nuovi investimenti nel territorio, soprattutto da parte delle grandi imprese

1) RAFFORZAMENTO DEL TESSUTO PRODUTTIVO ESISTENTE

Necessità di misure complementari alla Legge 181 finalizzate ad accrescere la competitività delle imprese dell'area di crisi, attraverso investimenti specifici nelle aree ritenute strategiche e cruciali, nella nuova competizione mondiale.

Innovazione, Ricerca e Sviluppo

E' fondamentale che vengano attivate misure per specifiche per incentivare le imprese del settore ad investire in *innovazione di prodotto*, mediante la creazione di

collezioni innovative capaci di trovare spazi su un mercato sempre più difficile ed esigente.

Nell' area innovazione di prodotto diventa cruciale trovare agevolazioni specifiche per sostenere lo STILE e la CREATIVITA', attraverso agevolazioni per gli investimenti in consulenze stilistiche, ma anche in collaborazioni con organismi di ricerca, università di moda e design.

(ad esempio, a livello regionale, si potrebbero prevedere Bandi specifici per collezioni innovative, voucher per consulenze stilistiche avanzate; a livello nazionale si potrebbe ipotizzare un credito d'imposta per ricerca e sviluppo specifico per i costi di progettazione e sviluppo delle nuove linee, come la Tremonti campionari).

- **Marketing e Comunicazione**

In un mercato sempre più dominato da pochi marchi del Luxury, dove le aziende del area di crisi trovano sempre più difficoltà a trovare uno spazio di mercato, è assolutamente necessario prevedere degli strumenti per favorire il rafforzamento dei marchi esistenti, la nascita e l'affermazione di nuovi marchi, la realizzazione di politiche di marketing innovative e investimenti nei nuovi strumenti di comunicazione e pubblicità (social, fashion blogger, ecc)

(ad esempio, sarebbero utili misure regionali per nuovi marchi e rafforzamento degli esistenti, voucher per investimenti in nuovi canali di pubblicità, incentivi per le politiche di web marketing, ecc)

2. ATTRAZIONE NUOVI INVESTIMENTI, soprattutto da parte delle GRANDI IMPRESE

- Promozione dei programmi di investimento di grandi dimensioni, in conformità con la normativa nazionale vigente, attraverso strumenti agevolativi specifici per le grandi imprese (non limitate a quelle rientranti nel regime de minimis).

- Misure per l'attrazione di investimenti, anche da parte di investitori esteri che intendo investire in un territorio con una forte specializzazione, per realizzare collezioni o temi di collezione e produzioni qualificate.

(a tal fine si potrebbero prevedere forme di agevolazioni fiscali, come crediti d'imposta per investimenti nell'area di crisi, anche per le grandi imprese; forme di detassazione dei redditi derivanti dagli investimenti effettuati nei comuni dell'area di crisi)

C) INTERVENTI PER LA FORMAZIONE PROFESSIONALE E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Progetto Incoming

Realizzare nel territorio un piano di attività almeno triennale – integrate nel progetto Shoesvalley - finalizzate ad attrarre in modo strutturato operatori economici e buyers da tutto il mondo.

Questo tipo di intervento, da realizzare in collaborazione anche con ICE – Sistema Camerale e Regione consentirà anche alle PMI, che non hanno risorse sufficienti per partecipare alle manifestazioni fieristiche internazionali, di confrontarsi con il mercato internazionale.

Costituzione di DESK all'estero per assistere le PMI sui principali mercati di riferimento per il settore

Lo sviluppo del settore deve essere garantito anche con opportuni interventi finalizzati ad accompagnare ed assistere in modo stabile le PMI marchigiane sui principali mercati di destinazione,

In particolare mercati importanti come la Germania, la Russia, la Cina, gli Stati Uniti e il mondo Arabo possono essere presidiati, solo attraverso un'assistenza continua da organizzare tramite DESK in loco (vedere problematiche commerciali, contrattuali, rapporti con le P.A., rapporti con la clientela, promozione in loco...)

Sviluppo delle PMI tramite l'inserimento di Temporary Export Manager

Le nuove dinamiche del commercio internazionale, il ruolo crescente delle griffes e della grande distribuzione sia tradizionale che on line, sono le cause prevalenti della crisi e del disorientamento che il settore moda sta vivendo nella nostra regione. Urgono processi di affiancamento e formazione mirati e realmente efficaci che possano rafforzare le imprese sul piano organizzativo e a sviluppare nuove modalità di approccio ai mercati.

Potrebbe essere attivato un bando tipo quello del MISE per Temporary Export Manager

Sostegno alle PMI tramite misure di affiancamento

Favorire a crescita dimensionale e competitiva delle imprese del settore attraverso attività di affiancamento e assistenza volte a sviluppare nuove competenze manageriali, processi di innovazione e di aggregazione fra aziende.

Voucher per l'internazionalizzazione

Misure Regionali o statali per sostenere i processi di internazionalizzazione: ricerche di mercato, partecipazione a fiere, attività promozionale su specifici mercati, attività di

comunicazione e web mkt, sviluppo di siti internet, piattaforme e-commerce, assistenza legale, registrazione brevetti e marchi.

The School of Shoes

Potenziare il laboratorio formativo costituito presso l'IPSIA "Corridoni" sede di Civitanova Marche al fine di dotarlo delle strumentazioni idonee a garantire la formazione tecnico-professionale orientata alla calzatura. Formazione che da anni viene erogata sia a giovani non occupati e a personale occupato che intende acquisire ulteriori competenze/specializzazioni (es. Premontatori, Modellisti, Stilisti)

D) PROGETTO PER IL RILANCIO STRATEGICO DEL TERRITORIO

Progetto SHOESVALLEY

Nell'ultimo anno, dopo diversi incontri con molti imprenditori, considerate le medio/piccole dimensioni delle nostre imprese e l'incapacità del nostro territorio di sapersi promuovere sui mercati mondiali, con i suoi prodotti e le sue eccellenze, abbiamo riscontrato una pressoché unanime condivisione circa la necessità di valorizzare e "comunicare" il distretto calzaturiero marchigiano, le sue Aziende, la filiera, il suo "saper fare", i suoi "valori" e la sua "identità.

E' questo DNA progettuale e produttivo che dobbiamo sforzarci a valorizzare e promuovere, per poter vincere le sfide che il mercato e le logiche della grande distribuzione ci pongono ogni giorno e che sembrano sempre più insormontabili.

Sulla base di queste considerazioni è nato il progetto SHOESVALLEY che intende "racchiudere" o identificare questa realtà, unica nel suo genere, in un BRAND che la valorizza dal punto di vista geografico, storico, economico e commerciale.

SHOESVALLEY individua ed intende rappresentare un ecosistema in cui vengono attivate tutte le competenze del Made in Italy e dell' "Italian Quality of Life", cioè Calzature e filiera, Fashion, Agroindustria, Turismo e Cultura; tutti elementi della qualità di vita che possono attirare turisti, clienti e investitori, rilanciando questo territorio come eccellenza del nostro paese.

Macerata 08/07/2019

Il presidente
Gianluca Pesarini

