

# 66 HANNO DETTO 99

*opinioni a confronto*



## MICHELE TRONCONI

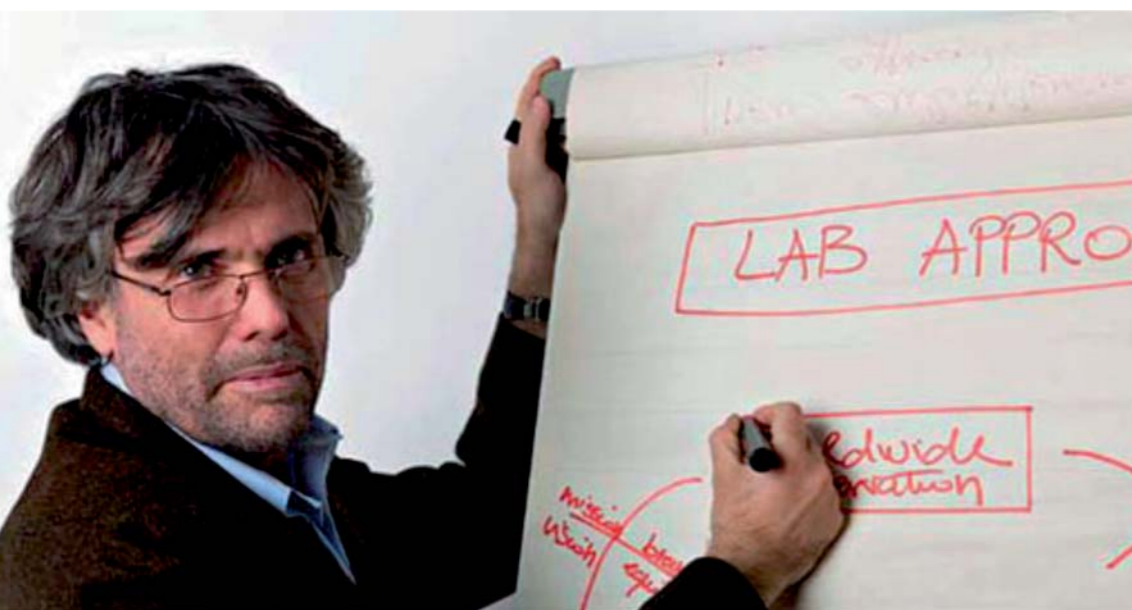
Presidente Sistema Moda Italia  
*"L'export è la nostra forza" afferma Michele Tronconi alla sua ultima assemblea annuale come presidente, e alla presenza di Giorgio Squinzi, presidente di Confindustria, ha messo a fuoco i problemi senza nascondere i risultati raggiunti. Tra gli aspetti positivi il sostegno all'internazionalizzazione e alla crescita dell'export con l'apertura dell'ufficio Smi a Shanghai, a cui si sono già rivolte 250 imprese italiane. Non sono mancate le nuove missioni in Brasile e Siberia, a caccia di nuovi mercati. Ma Tronconi ha ricordato anche obiettivi non raggiunti, come il mancato riconoscimento a livello europeo del Made in per le merci extra Ue; il non riconoscimento energivoro, che costa alle imprese il 35% in più per*

*l'energia, rispetto ai concorrenti europei. Al Governo una richiesta di coerenza, chi chiede alle imprese internazionalizzazione, deve sostenere la competitività sui mercati internazionali. "Nel ricordare queste criticità - conclude - sto solo difendendo l'integrità della filiera, perché se certi comportamenti divenissero sempre più diffusi potrebbero arrecare danni irreparabili per tutti, in prospettiva".*

## FRANCESCO MORACE

Presidente Future Concept Lab

*"La sostenibilità non è una tendenza, come ha sottolineato nel suo appassionato intervento Francesco Morace di Future Concept Lab, bensì una pre-condizione per entrare nel mercato. Ad oggi il sistema moda non ha ancora mostrato particolare interesse e sensibilità, ma non si può più derogare.*



*L'estetica deve trovare strategie che siano anche etiche. La sostenibilità, sgomberata dalle ideologie, è un nuovo modo di pensare e chi non lo capirà rimarrà fuori dal mercato. Il sistema moda italiano ha straordinarie possibilità e alcuni imprenditori hanno già intrapreso questa strada. La capacità locale che contraddistingue il made in Italy dovrà diventare globale per ridare valore all'italian way che spesso è già sostenibile".*



## LAURA GHERARDI

docente di Sociologia e Tecnica dell'Innovazione dell'Università Cattolica di Milano.

*"L'impresa sostenibile si legittima proprio perché crea valore in senso extra-finanziario. Oggi la sostenibilità, secondo Laura Gherardi, entra direttamente a far parte dello sviluppo e del business dell'impresa e consente strategie di lungo periodo".*

## GIORDANO GIRONACCI

Amministratore Delegato Melania

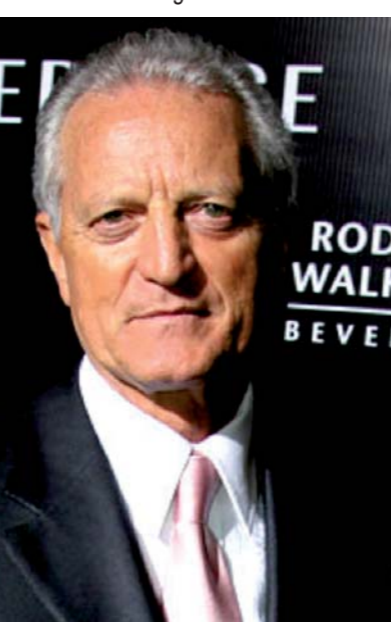
*"Portare ai piedi per due terzi della giornata una scarpa significa avere molta fiducia in cosa si calza. Le scarpe sono un prodotto strano, tutti le indossano e quasi nessuno ne conosce la complessità per realizzarle. Per i bambini poi l'argomento diventa delicatissimo; occorrono competenza, passione, amore per un lavoro che è al tempo stesso industriale (Melania produce 12.000 paia al giorno) e artigianale (ogni calzatura ha la massima accuratezza nella ricerca dei materiali e della "forma" per la tutela della crescita del bambino). Mio padre Manfredi, fondatore dell'azienda Melania e tuttora anima dell'impresa, è sempre stato all'avanguardia in queste scelte; in più siamo stati i primi e credere e ad investire nella creazione di un brand e nella comunicazione, in un periodo in cui in televisione andavano solo le multinazionali ed in settori merceologici con ben altre marginalità. Ora la sfida è con un sistema distributivo che cambia, in evoluzione - in Italia e all'estero - ed anche qui ci stiamo muovendo bene, ottenendo grandi soddisfazioni."*



## SANTO VERSACE

Presidente di Fondazione Altagama

*"Nei secoli gli incisori, gli orafi, i maestri d'ascia e gli artigiani di ogni mestiere hanno reso famosa l'Italia nel mondo. Su questo inestimabile patrimonio di sapienza manuale hanno proliferato i mestieri artigiani e le arti e si è formato il gusto estetico che da sempre caratterizza il nostro Paese. Nel Novecento, il connubio di questo saper fare con la creatività del genio individuale e con le continue innovazioni tecnologiche ha permesso la nascita e la crescita di un'industria manifatturiera che ha conquistato il mondo grazie ai suoi contenuti simbolici e alla sua qualità assoluta. Il lavoro manuale soffre oggi di una crisi di vocazione, dovuta anche alla scarsa fascinazione che questi mestieri sono in grado di esercitare sui ragazzi nel delicato momento della scelta della loro carriera formativa.*



*Fondazione Altagama si è impegnata in un progetto di valorizzazione e promozione del lavoro manuale, chiamato "Il successo nelle mani", che si rivolge in particolare agli studenti delle scuole medie inferiori e ai loro genitori, per invitarli a considerare l'avviamento ad una carriera di studi tecnico-professionali. In collaborazione con il Centro Sperimentale di Cinematografia di Milano, ha realizzato un filmato che ha l'obiettivo di fornire una rappresentazione contemporanea del lavoro manuale, che invogli i ragazzi ad imboccare questo percorso. E' stato quindi utilizzato un linguaggio per immagini adatto ai giovani, ma anche ai loro familiari, primi responsabili di scelte che spesso penalizzano il lavoro manuale. Il film riporta una serie di testimonianze di imprenditori Altagama (Gianmaria Buccellati, Vittorio Moretti, Ottavio Missoni, Carlo Riva) e alcuni nuovi talenti di altre imprese (Paolo Dazzara di illycaffè, Clemente Olivadoti di Bulgari, Federica Giorgi di Gucci, Francesco Rodriguez di Flos) che hanno basato sull'abilità manuale il loro successo e le loro*

*prospettive di carriera. Sul lavoro manuale, integrato con le nuove tecnologie, si fonda il successo dei grandi marchi italiani. Con l'abilità delle mani i giovani possono rendere materia i sogni di milioni di persone, e costruire il loro futuro"*



www.donnaimpresa.com

## MIUCCIA PRADA

Stilista

*"La moda oggi non riflette un modo in crisi, se c'è una cosa che evidenzia è la differenza tra ricchi e poveri. Il cliente che in gergo noi chiamiamo aspirational non c'è più. Adesso c'è un mercato molto economico rappresentato da H&M e Zara e un livello molto costoso: sta scomparendo la via di mezzo. L'Europa è un posto a se stante, molto più difficile da leggere, dove c'è ancora la fascia dei cosiddetti chic o snob, che si vestono ma non vogliono far vedere che spendono. Quando non hai niente, il primo strumento di emancipazione è il corpo, il secondo è il vestito. Dopo la musica, la moda è la cosa più popolare. Nonostante tutto è democratica. La moda è ben più ampia del lusso".*







## ALESSIA FABI

Amministratore  
Delegato e  
Responsabile  
Commerciale Fabi  
Shoes

"Il Made in Italy è una grande forza, diamo l'esempio al nostro Paese che si può fare anche l'eccellenza". Con queste parole di Gaetano Marzotto, presidente di Pitti Immagine, ha aperto i battenti l'edizione numero 82 di Pitti Immagine Uomo, la rassegna internazionale della moda maschile che

www.fabishoes.it ha presentato a Firenze le anteprime delle collezioni primavera-estate 2013 di oltre mille brand italiani e internazionali. Nel corso della cerimonia d'apertura l'economista Marco Fortis ha presentato uno studio della Fondazione Edison, secondo cui l'Italia è il Paese più competitivo al mondo nei tre comparti del tessile, dell'abbigliamento, e della filiera cuoio - pelletteria - calzature. "Il sistema Paese - ha detto Alessia - non è competitivo: energia troppo cara, burocrazia, inefficienze, infrastrutture obsolete. Le imprese, nonostante ciò, riescono ad essere competitive". Michele Tronconi, presidente di Sistema Moda Italia, ha accusato la politica di aver fatto scelte sbagliate per il settore: "Troppo presto si è pensato che fosse un'industria al tramonto". Fabi Shoes: una storia imprenditoriale di valore. Una storia speciale che ha portato l'azienda ad affermarsi in ambito internazionale. Un mix di successi, responsabilità, crescita, riconoscimenti e traguardi, iniziato nel lontano 1965.

## VALENTINO ORLANDI

Titolare e Amministratore

Per Valentino Orlandi il Made in Italy non è un trend temporaneo o un mero valore aggiunto, ma rappresenta da sempre il carattere distintivo ed il principale punto di forza dell'azienda. Le collezioni Valentino Orlandi sono riconosciute nel mondo per una qualità ed uno stile che solo una manifattura totalmente made in Italy può realizzare. Grazie a questo valore l'azienda è cresciuta costantemente nel tempo, acquisendo una dimensione sempre più internazionale, con una presenza sempre più forte nei nuovi mercati. L'eccellenza e la qualità dei nostri artigiani, l'attenzione ai particolari,

l'esplorazione di nuove soluzioni stilistiche, sono la testimonianza migliore di ciò che significa oggi made in Italy, e sono i punti di riferimento da cui partire per reagire all'attuale momento di crisi. PELLETTIERIE VALENTINO ORLANDI Via Enrico Mattei 25 Zona Industriale 30172 CORRIDONIA (MC) T.0733.283090 F 041 0733.281737 www.valentinoorlandi.it info@valentinoorlandi.it mail: info@sitonvenezia.it



## GAETANO MARZOTTO

Presidente di Pitti

Immagine

"Il Made in Italy è una grande forza, diamo l'esempio al nostro Paese che si può fare anche l'eccellenza". Con queste parole di Gaetano Marzotto, presidente di Pitti Immagine, ha aperto i battenti l'edizione numero 82 di Pitti Immagine Uomo, la rassegna internazionale della moda maschile che ha presentato a Firenze le anteprime delle collezioni primavera-estate 2013 di oltre mille brand italiani e internazionali. Nel corso della cerimonia d'apertura l'economista Marco Fortis ha presentato uno studio della Fondazione Edison, secondo cui l'Italia è il Paese più competitivo al mondo nei tre comparti del tessile, dell'abbigliamento, e della filiera cuoio-pelletteria-calzature. "Il sistema Paese - ha detto - non è competitivo: energia troppo cara, burocrazia, inefficienze, infrastrutture obsolete. Le imprese, nonostante ciò, riescono ad essere competitive". Michele Tronconi, presidente di Sistema Moda Italia, ha accusato la politica di aver fatto scelte sbagliate per il settore: "Troppo presto si è pensato che fosse un'industria al tramonto".



## BARBARA JOVINE

Stilista SOLE SRL - CALZATURE SITON

Le Calzature Siton portano la firma di una giovane stilista veneziana Siton il marchio di scarpe ed accessori che nonostante la recente nascita sta già registrando interessanti e crescenti riscontri nel mercato sia nazionale che internazionale. La ricetta del successo sta unicamente in una parola d'ordine: la qualità, un imperativo che governa la selezione accurata dei materiali e la cura attentissima dei dettagli compresa quella degli accessori tutti lavorati a mano. È una qualità che passa anche attraverso la scelta di lavorazioni Artigianali; tutte venete le aziende partner, italiane le concerie. Per un marchio che è rigorosamente made in Italy anzi made in Veneto. E' il nome stesso che in dialetto veneto significa libellula ( appunto il simbolo della firma Siton) a rimandare a tale intento di rimanere fedele alla tradizione artigiana del territorio.



SOLE SRL  
Via Milano 5  
30172 VENEZIA - MESTRE  
T.041 977988 F 041 5056039  
www.siton.it  
mail: info@sitonvenezia.it

## FRANCESCA ROMANA RINALDI

Docente SDA Bocconi

«La stagione dell'iper-consumo è finita, oggi si parla di consumo condiviso e di un consumatore più selettivo interessato all'impatto sociale e ambientale del prodotto. La fedeltà alla marca sarà conquistata solo sulla base di rispetto e amore. La moda sostenibile inoltre può valorizzare know how locali e la conseguente unicità di una produzione. Ad oggi resta ancora il problema dell'informazione che deve essere coinvolgente e dinamica per diffondere la cultura dell'innovazione".



## IPPOLITO MATRICARDI

Amministratore

"Sessant'anni di strada, esperienza e nuovi traguardi raggiunti per essere sempre più vicini alla realtà della calzatura italiana: ecco come possiamo sintetizzare la realtà della Matricardi S.p.A. La nostra azienda, infatti, nasce e si sviluppa per raggiungere l'obiettivo di diventare il principale partner nazionale per l'approvvigionamento delle materie prime dei calzaturifici italiani ed oggi, grazie all'apertura della linea dedicata al collegamento del polo conciario lombardo con le Marche e l'Abruzzo ed il recentissimo avvio della linea giornaliera con la Campania è sicuramente leader nel settore. Svolgendo un servizio di trasporto giornaliero sulle regioni: Marche, Abruzzo/Molise, Umbria, Toscana, Veneto, Lombardia e Campania, creiamo con i nostri clienti una partnership dove ogni singolo servizio rappresenta "il trasporto su misura" capace di far fronte alle innumerevoli criticità di cui il mercato ci rende partecipi, ciò al fine di creare un modello logistico sempre più coerente con la nostra filosofia aziendale. La flessibilità è ciò che ci contraddistingue da tutti i nostri competitor ... non a caso "progetti in movimento" che è, prima ancora che lo slogan aziendale, la nostra missione aziendale".



MATRICARDI S.p.a. Via Toscana 7/9 Monte San Pietrangeli (Fm)  
info@matricardispa.com www.matricardispa.com



## GIUSEPPE ZANOTTI

Design

"Vede questa foto di Lady Gaga sull'iPhone? Me l'ha inviata mezz'ora fa dalla Corea. È stupita perché su queste scarpe riesce a camminare. A lei non interessa che su queste zeppone si possano muovere dei passi, perché se le mette solo per scattare la foto del nuovo album. Ma a me non interessa semplicemente assecondare il capriccio di una star: io faccio sperimentazione industrializzabile. Anche se non è certo grazie alle celebrities che vendo le mie creazioni. Ma grazie a loro la comunicazione è trasversale in tutto il globo". Il brand Giuseppe Zanotti nasce nella metà degli anni '90 dalla passione dell'omonimo design per la moda e per i piedi femminili, per l'arte e per l'artigianato. " Via Dell'Artigianato, 28 San Mauro Pascoli (FC), ITALY www.giuseppezanottidesign.com

## ANNARITA PILOTTI

Titolare e Amministratore

La Loriblu è oggi un punto di riferimento ed un esempio da seguire, per ciò che concerne il made in Italy. L'azienda guidata da Graziano Cuccù e Annarita Pilotti, nel periodo più forte della crisi economica mondiale, ha continuato a crescere a doppia cifra anno su anno, diventando un marchio leader nel settore delle calzature di lusso. Il fatturato è cresciuto di pari passo all'immagine internazionale del brand, grazie anche a costanti investimenti in termini di marketing e distribuzione: nel 2012 sono state aperte nuove boutique monomarca in Italia e all'estero, tra cui Mosca, Khabarovsk, Porto Rotondo, Forte dei Marmi, Montecatini, Bari e a breve sarà inaugurata anche la prestigiosa vetrina di Parigi. Lo stabilimento produttivo di Porto S.Elpidio, che ha ricevuto visite anche dall'estero, è il cuore produttivo, con una sede avveniristica al cui interno vengono realizzate tutte le collezioni. www.loriblu.it





O.M.M. O.M.M. O.M.M. O.M.M. O.M.M.



Un cuore  
italiano  
batte nelle  
nostre  
creazioni  
artigianali.

**O.M.M.** *official partner* ADRIATIC TROPHY 2012

O.M.M. Officine Minuterie Metalliche dal 1969 \_ Accessori per calzature e pelletterie  
63025 Montegiorgio (Fm) Italy - Via San Giorgio 31/35 \_ T. +39 0734.961360 r.a. \_ F. +39 0734.961914  
[www.ommonline.com](http://www.ommonline.com) \_ [info@ommonline.com](mailto:info@ommonline.com)

O.M.M. O.M.M. O.M.M. O.M.M. O.M.M.