



CONFINDUSTRIA

Marche | Ancona | Ascoli Piceno | Fermo | Macerata | Pesaro Urbino

Rassegna stampa

Rassegna stampa UIF

07/12/2017

La Selezione Stampa che state consultando e' una estrapolazione delle informazioni presenti nel Servizio "Press Release" del Sistema Infodata (<http://www.sistemainfodata.it>).

Per ogni necessita' potete inviare una e-mail a: staff@sistemainfodata.it

Grazie per aver scelto Infodata.

Realizzato da

INFODATA
the content providing company

FERMO

2017/12/07

- (Corriere Adriatico) MONTE URANO «Guai a perdere la produzione delle griffe nel distretto» (pag.1)
- (Corriere Adriatico) Autotrasporti, crisi nera (pag.3)
- (Il Resto del Carlino) Un Natale unico per tre Si punta sui turisti dall'Umbria (pag.4)
- (Il Resto del Carlino) «Crescita, la parola che non può mancare» (pag.5)

NAZIONALE

2017/12/07

- (Il Resto del Carlino) «Edilizia, servono nuovi incentivi Solo così si può superare la crisi» (pag.6)
- (Il Sole 24 Ore) "I Confidi attori centrali per la crescita" (pag.7)
- (La Repubblica) I risparmiatori "Banca Marche affossata da chi doveva salvarla" (pag.8)

«Guai a perdere la produzione delle griffe nel distretto»

Il presidente Ciccola lancia l'allarme
Il ruolo fondamentale dei contoterzisti

MONTE URANO Fino a quando la subfornitura sarà in grado di salvare il distretto calzaturiero? Con la flessione delle vendite è scesa anche la produzione di calzature per i marchi di proprietà degli imprenditori fermani e di conseguenza è aumentata la percentuale (e il peso) della produzione di scarpe destinate ad altri marchi. Un fenomeno che, a dirla tutta, sta avvenendo in tutti i distretti calzaturieri italiani.

Ma qualche anno fa si guardava al distretto marchigiano come l'unico capace di mantenersi con marchi e marchietti propri e ricorrendo solo ad una bassa percentuale di produzione conto terzi. Ora invece affermare che la produzione conto terzi sta reggendo il distretto non è una eresia. Ormai sono pochissime le imprese che non hanno bisogno di trasformarsi in conto terziste. E sono quelle che vanno meglio, che trainano il distretto, che hanno un marchio forte o che comunque hanno saputo individuare un sentiero di crescita in mezzo ad una palude melmosa come l'attuale mercato.

I marchi del lusso

«Dobbiamo agire per fare in modo che i marchi del lusso rimangano a produrre nel nostro Paese» è l'appello che ha rivolto al Senato il Prof Gian Luca Gregori alla classe politica nel corso della presentazione dell'indagine eseguita dall'Università Politecnica delle Marche. Enrico Ciccola, presidente dei calzaturieri di Confindustria Centro Adriatico ha più volte ribadito: «Guai a perdere la produzione che le griffe eseguono nel nostro distretto. Sarebbe la fine».

Verità sacrosanta. Ma allora c'è da chiedersi come il distretto riuscirà a conservare questa fetta di produzione e come potrebbe incrementarla attirando nuove griffe. Sicuramente investendo nei macchinari, nella produzione e nell'azienda perché oggi le maison non guardano solo la qualità del prodotto ma anche la qualità dell'azienda, l'organizzazione, se si sente odore di colla o no, ecc. Non a caso le aziende migliori da questo punto di vista riescono a siglare dei contratti pluriennali di subfornitura, come avviene in Toscana e in Veneto ma quasi mai nelle Marche: «Io investo e miglio ma tu mi garantisci tot produzione per diversi anni».

Perché, qual è il rischio che sta correndo il distretto? Che in qualsiasi momento le griffe possono salutare le Marche per andare altrove, magari dove il prezzo è più basso di un centesimo. Non è poi così difficile. Una situazione del genere l'ha vissuta la scarpa da bambino. Prima i marchi producevano a Monte Urano (e Monte San Giusto), poi hanno trasferito la produzione altrove e le aziende locali, senza un paracadute, hanno abbassato le serrande.

I rischi

Il rischio che possa succedere di nuovo oggi c'è. C'è ancora un'altra riflessione da fare. Ma quello che fanno i brand che producono nel Fermano non potevano farlo gli imprenditori locali? Prendiamo l'esempio di Velasca (ma ce ne sono tanti altri). L'azienda è stata fondata da due giovani imprenditori nel 2013. Non fa sneaker ma scarpe classiche prodotte a Montegranaro che vengono vendute prevalentemente sul web. Oggi l'azienda sviluppa un fatturato di 3 milioni di euro e ha tre negozi (Milano, Roma e Torino). Nella prima metà del prossimo anno attende un finanziamento da 3 milioni di euro per crescere ancora. Mo-

rale della favola: «Se lo sviluppo proseguirà secondo aspettative, nel 2021 il fatturato di Velasca

decuplicherà a 30 milioni di euro» dicono i due imprenditori.

Massimiliano Viti

Come affrontare il mercato

«Un altro esempio è il brand Usa Buscemi, nato anch'esso nel 2013. Non certo un brand storico. Vende sneaker di lusso realizzate in diverse aziende (anche storiche e affermate) del Fermano. Probabilmente in questo distretto ci sono tanti bravissimi produttori e pochi imprenditori contemporanei in grado di affrontare il mercato con le armi che sono efficaci oggi.



Enrico Ciccola, presidente dei calzaturieri di Confindustria

Autotrasporti, crisi nera

In meno di dieci anni nel Fermano hanno chiuso 92 imprese del settore pari a un calo del 22,3%. I costi delle retribuzioni sono in aumento. Tomassini, portavoce della Cna Fita: «Ecco cosa serve»

FERMO La crisi economica lascia un segno negativo anche nel settore dell'autotrasporto del Fermano. Dalle 415 imprese attive a fine 2009 si è ora attestati, alla fine di ottobre 2017, a 323 imprese attive, con un saldo negativo di ben 92 imprese pari a -22,3%, ben oltre il saldo a livello regionale, in cui dal 2009 al 2017 sono state chiuse 752 aziende dell'autotrasporto che rappresentano un -16,05% rispetto alle imprese attive a fine anno 2009.

Saldo negativo

Saldi negativi che non trovano lo stesso riscontro nel traffico autostradale che, nel tratto marchigiano, tra il maggio 2016 ed il maggio 2017, è anzi aumentato di quasi 5% (la crescita è del 3,1% sull'intera rete nazionale). «Un segnale apparente di ripresa dopo anni di crisi - riferisce il portavoce Cna Fita di Fermo Emiliano Tomassini - perché è il vento dell'est a soffiare sulle strade marchigiane e a riempirle di Tir, che arrivano attraverso il porto di Ancona. E' sul rispetto delle regole che insiste l'azione della Cna Fita a tutela degli oltre 8.600 occupati nel settore, che pure inizia a far registrare un piccolo aumento di fatturato pari all'1,5% nell'ultimo anno a fronte di un aumento dei costi per le retribuzioni del 36,4% e di una riduzione delle spese dell'8,5% per i consumi, complice il costo del gasolio in aumento».

Un quadro di difficoltà, ma anche di possibilità, che impone interventi urgenti: per questo la Cna Fita di Fermo si è fatta promotrice di un nuovo servizio che, avviandosi dal recupero dei costi di pedaggio autostradale attraverso riduzioni compensati, si proietta verso la

novità dei nuovi sistemi di pagamento autostradali che verranno introdotti dal nuovo anno 2018.

Un'opportunità presentata nei giorni scorsi nella sede Cna di Fermo dai responsabili del settore trasporto merci della Fita regionale e i rappresentanti per l'Italia della Dkv, colosso europeo dei sistemi di pagamento stradale, ormai disponibili anche per la rete autostradale italiana, in affiancamento a Telepass, il solo sistema attualmente in uso.

«La nuova convenzione tra Cna Fita Marche e bim-Dkv permette, da subito, per le imprese di autotrasporto merci conto terzi il recupero dei pedaggi autostradali, utilizzando le riduzioni previste dalla legge. Questo anticipa gli ulteriori vantaggi del Dkv box Italia, alternativo al Telepass che cesserà di essere l'unico sistema di pagamento su tutte le autostrade italiane. Un regime di pluralità anche in autostrada che porterà al miglioramento di servizi e costi», spiegano dalla Cna. Il portavoce Tomassini, all'esordio pubblico, ha voluto evidenziare come il suo impegno associativo sia «partito da una critica per arrivare ad un impegno diretto, perché l'autotrasporto oltre a rappresentare i problemi abbia la possibilità di risposte e soluzioni adeguate ed innovative». Si è trattato, ha detto, di «un richiamo alla partecipazione associativa come modo per gli autotrasportatori di trovare risposte concrete ai problemi quotidiani della categoria con un'attività sindacale competente e servizi di qualità da parte della Cna, pensando ai bilanci aziendali».



Un Natale unico per tre Si punta sui turisti dall'Umbria

Fermo, Porto San Giorgio e Porto Sant'Elpidio in 15 mila cartoline

IL NATALE è più bello nel fermano. Lo sostengono con convinzione, e con una sola voce, i Comuni di Fermo, Porto San Giorgio e Porto Sant'Elpidio, per una volta congiuntamente insieme a promuovere il territorio unito, a far sapere le cose belle che ci sono in questo scintillante periodo di feste. A sostenere l'idea è la Camera di commercio, Riccardo Tarantini, in vice presidente, sottolinea che è così che bisogna fare, credere nel Fermano e poi guardare lontano, con una programmazione

TARANTINI

«È meglio arrivare a sostenere un solo grande progetto che ci porti lontano»

ne omogenea e integrata, valorizzando le strutture che ci sono.

«**CREDO** che sarebbe meglio arrivare a sostenere un solo progetto ma grande - ha sottolineato -, per un evento che rappresenti tutti e possa portarci lontano». L'idea di una promozione con-

giunta, dedicata soprattutto alla zona dell'Umbria e al nord delle Marche, è arrivata in un recente incontro tra gli assessori al turismo, Francesco Trasatti per Fermo spiega: «Abbiamo fatto qualcosa di positivo e di importante, pur mantenendo ciascuno le proprie specificità. Abbiamo già portato avanti progettualità in comune, con la presenza alle principali fiere umbre, col Carnevale estivo, con il trenino in comune con Porto San Giorgio. Oggi mettiamo a sistema tutto quello che abbiamo e ci raccontiamo insieme, più forti, con 15 mila cartoline promozionali che hanno già circolato, per esempio a Candelara, nel pesarese».

L'ASSOCIAZIONE turistico alberghiera di Fermo e Federalberghi hanno appoggiato il progetto con pacchetti promozionali e sconti, offerte speciali e promozioni, come ha sottolineato Gianluca Vecchi. «Appoggiamo i comuni in questa iniziativa - ha spiegato - che speriamo sia solo il primo passo, insieme possiamo davvero fare qualità». Elisabetta Baldassar-

ri per Porto San Giorgio parla di una possibilità grande per farsi conoscere, unendo le forze, mettendo risorse insieme e costruendo qualità.

IL COLLEGA del settore commercio, Giampiero Marcattilli, parla della promozione turistica come di una straordinaria possibilità anche per il settore commerciale, da sostenere in ogni modo per garantire luci e possibilità alle città. Milena Sebastiani per Porto Sant'Elpidio sottolinea la necessità di puntare sulle nostre eccellenze, su un turismo enogastronomico, su tutto quello che sappiamo fare e possiamo raccontare, credendoci noi per primi: «Siamo già stati in trasferta in Umbria, abbiamo già colto l'attenzione e il gradimento dei vicini umbri che con la nuova superstrada sono da noi in pochissimo tempo. Dobbiamo solo raggiungerli con la nostra promozione, i risultati poi arrivano».

Angelica Malvatani

IN PILLOLE

Gli albergatori

Vecchi: appoggiamo i comuni in questa iniziativa che speriamo sia solo il primo passo, insieme possiamo davvero fare qualità

Nelle Marche

La brochure unica sarà fatta circolare in tutto il nord della regione ed è già arrivata nel pesarese e, più precisamente, a Candelara



«Crescita, la parola che non può mancare» *Accordo tra Elite e Confindustria Centro Adriatico. La firma ieri sera*

«**ASCOLI PICENO** e Fermo sono ricchi di aziende che hanno dimostrato un'incredibile capacità di risollevarsi sia dalla crisi economica sia da gravi eventi come il terremoto. Elite si rivolge a questi imprenditori ambiziosi e coraggiosi, per supportarli nel loro percorso di crescita non solo dimensionale, ma anche culturale. L'obiettivo del programma è quello di accrescere la consapevolezza degli imprenditori sugli strumenti finanziari più appropriati per poter affrontare le sfide del mercato tramite una piattaforma on line e off line, capace di rispondere in maniera pragmatica a tale esigenza».

Lo ha dichiarato Andrea Tessitore, responsabile del progetto Elite-Confindustria, nel corso dell'incontro di ieri sera, svoltosi al Gran Caffè Belli, per selezionare le migliori aziende iscritte a Confindustria Centro Adriatico. Nell'occasione è stata anche firmata la partnership «Elite-Confindustria» e Confindustria Centro Adriatico. Ma che cose Elite? In

soldoni parliamo di un programma internazionale di Borsa Italiana, nato nel 2012 in collaborazione con Confindustria, dedicato alle aziende più ambiziose, con un modello di business solido e una chiara strategia di crescita. Elite dà accesso a numerose opportunità di finanziamento, migliora la visibilità e attrattività delle imprese, le mette in contatto con potenziali investitori e affianca il management in un percorso di cambiamento culturale e organizzativo. «L'obiettivo prioritario dell'Associazione – ha dichiarato il presidente, Simone Mariani – è quello di accrescere la competitività delle nostre imprese favorendo così lo sviluppo economico e sociale del territorio, da Fermo ad Ascoli. Con la firma di questo protocollo questo impegno si concretizza e si rafforza perché mettiamo a disposizione uno strumento straordinario per la crescita culturale e manageriale delle nostre aziende che potranno così avvicinarsi al mercato dei capitali, migliorare i rapporti con il sistema bancario e

implementare con più facilità processi d'internazionalizzazione e di innovazione. Innestare un supporto moderno come Elite all'interno delle imprese che per tradizione, operosità e qualità fanno parte a pieno titolo della storia economica marchigiana e italiana è secondo noi un processo vincente che siamo sicuri porterà dei vantaggi concreti e visibili per il tutto il sistema territoriale». L'incontro, molto partecipato, ha avuto come filo conduttore la parola 'crescita'. «Crescita è una priorità, ma non significa per forza diventare grandi» ha ribadito Mariani rispondendo alla sollecitazione della presidente della Provincia Moira Canigola, intervenuta insieme al vicesindaco Francesco Trassatti: «Piccolo è un termine che sembra fuori moda, ma non dimentichiamo che va sempre declinato sul settore di cui si parla».

Mauro Nucci



«Edilizia, servono nuovi incentivi Solo così si può superare la crisi»

Valter Scavolini: «Il Governo si muova. L'export funziona bene»

Maurizio Gennari
di PESARO

TORNA da Milano la Scavolini cucine con in mano il premio «China Hawards» come azienda generatrice di valore. «Abbiamo aperto un ufficio a Shanghai con due persone ed abbiamo iniziato a seminare su un mercato molto vasto e importante, ma ancora è presto per il raccolto, anche se i numeri vanno bene», dice Valter Scavolini fondatore dell'azienda assieme allo scomparso fratello Elvino.

Cucine per il mercato più elevato?

«Anche, ma non solo, perché pensiamo anche al settore dei contract dove abbiamo lavorato negli anni scorsi in Cina».

I costi di trasporto incidono?

«Non più di tanto perché con i container spendi una cifra di poco superiore a quello che costa inviare mobile in Sicilia. Il problema non è quello».

Rapporto sul fatturato tra estero e mercato interno?

«In Italia vendiamo circa il 74% della nostra produzione, il restante sull'estero».

Il mercato estero che va bene?

«Direi che non ce n'è uno in particolare, anche se tutti si muovono abbastanza bene».

Chi non va bene invece?

«Sicuramente la Russia dove negli ultimi 3 anni abbiamo perso il 30% del fatturato. E noi non siamo quelli che vanno peggio, anzi. Teniamo le posizioni ma speriamo di tornare ai valori di tre anni fa nel giro di breve, ma su questo fronte pesano molto i rapporti internazionali e le sanzioni. Speravamo in Donald Trump sotto questo profilo, ma invece niente».

Il mercato interno?

«Direi che non siamo ancora usciti dalla crisi. Per il nostro settore, cucine e mobili, è vitale la ripresa dell'edilizia, ma la vedo difficile, soprattutto per quello che riguarda le nuove costruzioni. Per rimettere in moto questa macchina il governo dovrebbe dare forti incentivi per la ristrutturazione del vecchio patrimonio edilizio».

Ma la Lombardia che secondo tutti sta volando?

«Io onestamente tutta questa brillantezza non la vedo anche se l'area milanese ha sempre camminato un po' più veloce rispetto al resto del Paese».

Meno soldi e meno acquisti?

«Certamente. Se uno guarda ai giovani la prima cosa che pensano è cambiare il cellulare per averlo di ultima generazione. Poi con la crisi sono esplosi i mercatoni che sono passati dal 30 al 50% nella vendita totale delle cucine. La gente va lì convinta di risparmiare anche

se noi, per esempio, ormai abbiamo una gamma di prodotti per tutte le tasche».

Come chiude il gruppo Scavolini?



L'azienda esporta per il 25%, stiamo andando bene in Cina. Speriamo di recuperare con la Russia. I bagni? Siamo all'inizio, si deve sempre investire

ni il 2017?

«Siamo a 210 milioni di euro, sui livelli dello scorso anno dove invece avevamo avuto un incremento di qualche punto di fatturato».

La Scavolini è entrata anche nel segmento dei bagni. Come va questa produzione?

«Anche se i numeri non sono ancora alti, direi che la produzione dei bagni sta andando bene. Non tanto sul mercato interno, quanto sull'estero e non solo attraverso i contract, ma anche come vendita al dettaglio».



IL FONDATORE
Valter Scavolini



GARANZIE

Pmi

BOCCIA A NAPOLI

«I Confidi attori centrali per la crescita»

**Vera Viola
 NAPOLI**

«I Confidi sono attori

centrali nella politica del credito e strumenti per sostenere l'accesso ai finanziamenti bancari delle nostre piccole e medie imprese. Ciò vale, tanto più in un momento storico in cui la ripresa si materializza sui mercati ed è essenziale incoraggiarla, facilitando l'afflusso di risorse finanziarie alle imprese che investono e si sviluppano». Il riconoscimento di un importante ruolo, quello espresso dal presidente di Confindustria Vincenzo Boccia, che ieri, in occasione della Consulta annuale dei confidi aderenti a

Federconfidi-Confindustria, è intervenuto a Napoli al seminario su «Il rilancio del sistema delle garanzie in Italia». Per Boccia «è essenziale che giungano a compimento sia il processo di riforma normativa avviato dal Parlamento, sia il percorso di evoluzione e rafforzamento dei confidi. È necessario - dice - «che si valorizzino le sinergie con il Fondo di Garanzia per le Pmi, e migliori la patrimonializzazione dei confidi». All'incontro, introdotto dal presidente di Federconfidi, Rosario Caputo, hanno partecipato tra gli altri il presidente della Regione

Campania Vincenzo De Luca, il presidente dell'Unione Industriali Napoli Ambrogio Prezioso. Caputo ha esortato i Confidi a varare processi operativi in sintonia con le procedure bancarie. E ha sottolineato, «la necessità da parte della Funzione Pubblica di completare la riforma dei Confidi». Sono quasi 200 mila le pmi aderenti al sistema Federconfidi che garantisce circa 7 miliardi di finanziamenti. La Federazione associa 28 soggetti con oltre 500 dipendenti.

GRUPPOLOZIONE RISERVATA



L'esposto

I risparmiatori "Banca Marche affossata da chi doveva salvarla"

ROMA

I commissari nominati dalla Banca d'Italia avrebbero dovuto risanare la Cassa di Risparmio di Ferrara e Banca Marche, ma invece ne hanno aggravato il dissesto. L'accusa arriva dalle associazioni dei consumatori ascoltate dalla Commissione d'inchiesta sulle banche. L'Unione nazionale dei consumatori ha presentato un esposto che ricostruisce in modo particolareggiato il periodo 2011-2015 per Banca Marche: un aumento di capitale promosso con un prospetto che non informava adeguatamente dei rischi i piccoli risparmiatori, anche per via di un insufficiente scambio di informazioni tra Consob e Bankitalia. E, dopo, una serie di svalutazioni al minimo, che non hanno tenuto conto del valore di mercato dei crediti e che hanno impoverito la banca fino ad azzerarne il patrimonio. - (r.am.)

RIPRODUZIONE RILEVATA

