

ASSEMBLEA SMI 2013 – MICHELE TRONCONI, PRESIDENTE



Care colleghe e cari colleghi,

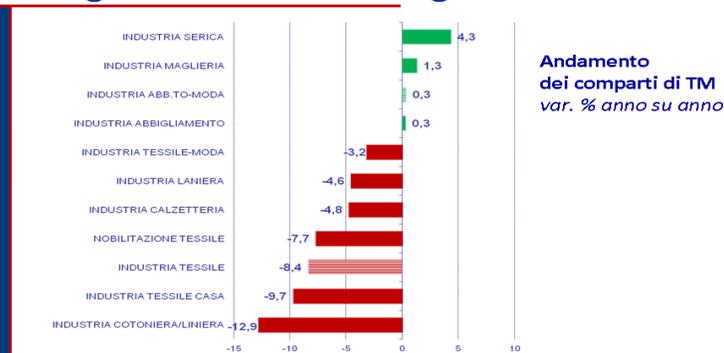
Partirò dai dati settoriali del 2012 per fare, poi, un quadro riassuntivo di questi cinque anni di lavoro assieme. Per essere esaustivi ci vorrebbe molto più tempo di quello previsto, oggi, e finirei con l'essere inutilmente ingombrante, in questa assemblea che deve pensare più al futuro, che al recente passato. Cercherò, quindi, di essere incisivo e, soprattutto, di dire cose utili proprio per il passaggio di consegne.

Quest'ultimo anno della mia presidenza è passato in fretta. Quando è iniziata la grande crisi, nel 2008, molti osservatori sostenevano che il 2012 sarebbe stato quello della ripresa. Invece, per molte imprese del settore, anche se non per tutte, è stato un anno di ri-caduta. Il bilancio resta in chiaroscuro; molte le aziende in difficoltà, ma anche qualche impresa, o qualche comparto in controtendenza.



Tant'è che il dato a consuntivo sul giro d'affari complessivo della filiera è stato migliore di quanto avessimo previsto a settembre. Allora le proiezioni del nostro Ufficio Studi ci davano un arretramento del -4,4% sul 2011. Peraltro, devo ammettere che le simulazioni fatte col modello econometrico SMI-LIUC ci aveva restituito anche degli scenari più contenuti, che in quel momento ritenemmo, però, meno credibili. Sta di fatto che il dato a consuntivo chiude con un -3,2%; un calo comunque importante, anno su anno, ma meno pesante di quanto avessimo temuto.

I comparti del TM: l'abbigliamento e la serica tengono



Fonte: elab. SMI

smi

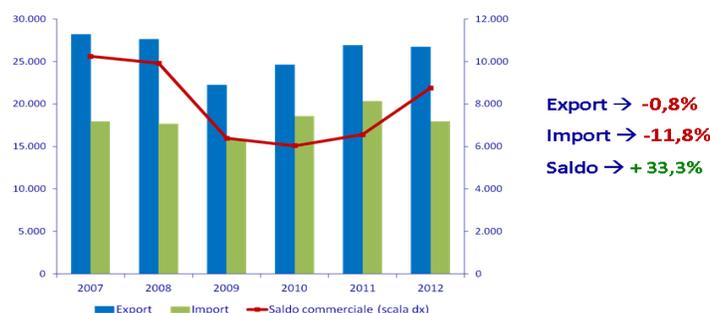
Michele Tronconi - Milano, 2 luglio 2013

ASSEMBLEA
del Soci 2013

Evidentemente ha operato un effetto quasi compensativo tra le tante imprese che hanno sofferto forti cali di fatturato, come nel comparto cotoniero, e quelle che invece sono cresciute, come nel comparto serico, o quelle che, nel tessile come nell'abbigliamento, hanno soprattutto esportato. Le difficoltà si sono concentrate sulle imprese più legate al mercato interno. Per esempio, chi vendeva abitualmente i propri prodotti di abbigliamento via distribuzione indipendente ha subito la falcidia della chiusura dei negozi anche nei centri città. Un altro comparto che ha sofferto, nel suo complesso, è stato quello della Nobilitazione Tessile, con un calo di circa il -7%; questo perché, evidentemente, esso opera soprattutto su commessa, quindi principalmente sul mercato interno.

Esplosione del saldo commerciale nel TM

Andamento del saldo commerciale dal 2007 al 2012 – in milioni di euro



Fonte: elab. SMI su ISTAT

smi

Michele Tronconi - Milano, 2 luglio 2013

ASSEMBLEA
del Soci 2013

Per altro, il forte incremento del saldo commerciale attivo conseguito, pari a 8,7 miliardi, cioè al +33% rispetto al 2011, la dice lunga su dove ci troviamo ancor oggi: corrono le esportazioni, soprattutto extra-UE, langue, invece, il mercato unico, che significa Italia, ma sempre di più anche il resto dell'Europa, Germania compresa.

Se ci spostiamo dai dati settoriali all'attività di rappresentanza, l'ultimo anno ci ha permesso di raggiungere uno dei risultati più ambiti, lasciandoci, al contempo, con un po' di amaro in bocca.

Mi riferisco alla revisione normativa per le imprese energivore. A furia d'insistere con tutti i Ministri dello Sviluppo Economico che si sono succeduti, a partire da Scajola, ma anche all'interno di Confindustria, alla fine, proprio con l'aiuto di Confindustria, grazie alle indicazioni programmatiche di Giorgio Squinzi, siamo riusciti ad ottenere dal Ministro Passera il corretto recepimento della Direttiva Comunitaria n. 96/2003. Con ciò permettendo anche alle imprese Tessili di rientrare nel novero di coloro che possono ottenere l'esenzione delle accise, o di beneficiare di un ridimensionamento dei cosiddetti 'oneri di sistema'. Purtroppo, nel documento finale si è inserita

una soglia quantitativa molto elevata e pari a 2,4 GW annui, per cui molte delle nostre imprese non ne potranno beneficiare affatto, per lo meno per ora. Desidero sottolineare con un certo orgoglio, tuttavia, il fatto che questa vicenda si leghi all’iniziativa di SMI che ha posto il problema, sia ripetutamente al Governo, che in Confindustria.

Revisione Normativa per le imprese energivore

Imprese a forte consumo di energia

1. Sono imprese a forte consumo di energia le imprese per le quali, nell'annualità di riferimento, si sono verificate entrambe le seguenti condizioni:

a) abbiano utilizzato, per lo svolgimento della propria attività, almeno 2,4 gigawattora di energia elettrica oppure almeno 2,4 gigawattora di energia diversa dall' elettrica;

Art. 3

Rideterminazione degli oneri generali di sistema elettrico

1. La rideterminazione degli oneri generali di sistema elettrico di cui all'articolo 39, comma 3, del decreto-legge n. 83 del 2012, si applica esclusivamente alle imprese per le quali la condizione di cui all'articolo 2, comma 1, lettera a), del presente decreto, si sia verificata con riferimento alla sola energia elettrica ed il rapporto tra il costo effettivo dell'energia elettrica utilizzata ed il valore del fatturato non sia risultato inferiore al 2 per cento.

Art. 4

Determinazione del costo effettivo dell'energia utilizzata

1. Ai fini del calcolo del costo effettivo del quantitativo complessivo di energia utilizzata, di cui all'articolo 2, comma 1, lettera b) e del costo effettivo dell'energia elettrica utilizzata di cui all'articolo 3, comma 1, sono presi in considerazione, relativamente all'annualità di riferimento:

Michele Tronconi - Milano, 2 luglio 2013

In un certo senso si è raggiunto, così, uno dei punti programmatici che avevo posto all'avvio della mia presidenza. Ricorderete, infatti, che nel settembre 2008, d'accordo col Consiglio Direttivo, svilupparammo un documento di politica industriale, da presentare al Governo. S'intitolava '(In)vestire in Italia: il Tessile – Moda come risorsa rinnovabile per il Paese'. Fu realizzato di concerto con tutta la nostra struttura di funzionari e con la collaborazione di alcuni economisti esterni; da Marco Fortis, della Fondazione Edison, a Massimiliano Serati della LIUC di Castellanza. Con quest'ultimo svilupparammo anche il modello econometrico che ho già ricordato e con cui, da allora, abbiamo svolto e pubblicato le nostre proiezioni. Il documento ruotava attorno a dieci proposte; cinque di stimolo selettivo ai consumi e cinque di sostegno alla capacità produttiva. In quella fase concitata che coincise, per altro, col fallimento della *Lehman Brothers* e l'esplosione della crisi finanziaria su scala globale, la nostra preoccupazione fu quella di sollecitare la pubblica attenzione anche per contrastare la richiesta d'intervento della *'mano visibile'* dello Stato ad esclusivo favore dei *soliti noti*, con le ali o solo con le ruote. Essendo da subito chiaro che la crisi si sarebbe ripercossa sulla propensione al consumo delle famiglie, qualsiasi intervento a favore dei beni durevoli avrebbe spiazzato la domanda di beni di consumo, quindi anche di tessile e abbigliamento. In pratica, proprio perché temevamo una nuova rottamazione delle auto, proponemmo la *rottamazione degli abiti*. Fu un modo per bucare lo schermo, che non ebbe effetto pratico, anche se molte imprese lo hanno poi utilizzato come strumento promozionale: *"portaci i tuoi capi usati e ti sconteremo l'acquisto di quelli nuovi"*.

Il decalogo del T/M italiano: Stimoli selettivi ai consumi

1	RIGENERARE LA MODA	Il recupero dell'abbigliamento usato come facilitazione per l'acquisto di capi nuovi	Tessili e Abbigliamento Uomo/Donna
2	AIUTARE LA FAMIGLIA CHE CRESCE	Deducibilità fiscale per le spese di abbigliamento per l'infanzia, via scrittoio portante	Tessili e Abbigliamento Bambino
3	RIGENERARE L'ACCOGLIENZA	Riquilibrare le strutture turistiche vetuste o degradate	Tessili per Arredo e Biancheria per la Casa
4	NEW PUBLIC PROCUREMENT	La domanda pubblica come volano di sviluppo	Tessili Tecnici e Abbigliamento Professionale
5	DEFISCALIZZARE LA TRASPARENZA	Agevolare fiscalmente i prodotti che attestano il rispetto alle norme ecotossicologiche Europee	Eco-tossicologicamente compatibili

Fonte: (In)Investire in Italia il Tessile – Moda come risorsa rinnovabile per il paese – 21 ottobre 2008

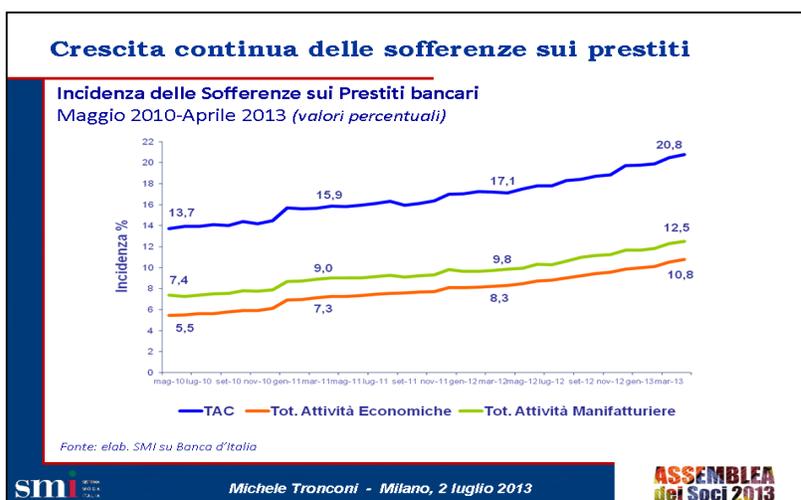
Michele Tronconi - Milano, 2 luglio 2013

Delle nostre proposte quasi la metà si è via via trasformata in provvedimenti effettivi. Per la verità, sul fronte dello stimolo selettivo ai consumi abbiamo raccolto solo molti consensi, come nel caso dello scontrino parlante per rendere fiscalmente deducibile la spesa di abbigliamento per l'infanzia. Oppure, l'idea di rigenerare l'accoglienza turistica, che è poi stata ripresa, ma senza alcuna effetto pratico, dal Governo Monti. Infine, si sta ancora parlando di come agevolare con fondi pubblici la trasparenza del mercato, realizzata attraverso sistemi di tracciabilità dei prodotti.

Dove abbiamo ottenuto dei veri risultati è stato sul fronte del sostegno alla capacità produttiva, facendo leva anche su Confindustria.



Innanzitutto, siamo riusciti ad avere la modifica dei criteri di conteggio della CIG ordinaria, sulla base del consumo giornaliero e non più solo settimanale, allungando, così, la possibilità di utilizzo di tale strumento nell'ottica della flessibilità organizzativa e della conservazione delle professionalità e della capacità produttiva.

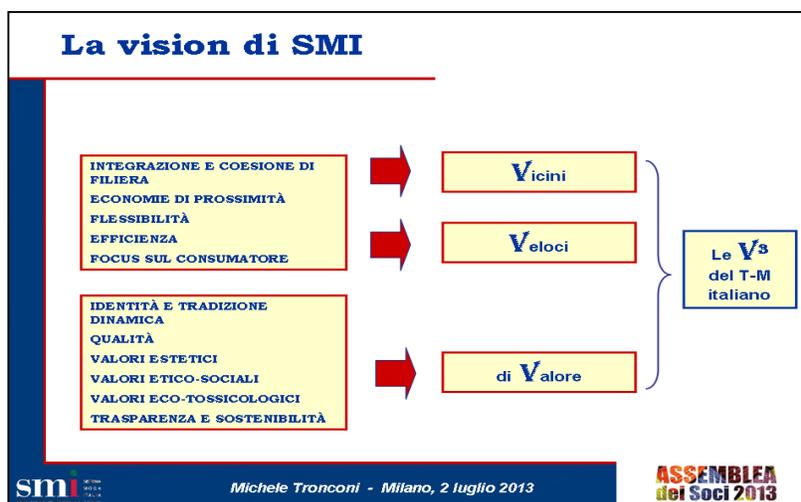


Sul fronte finanziario abbiamo dato la spinta iniziale alla ricostituzione del fondo di garanzia presso il Mediocredito Centrale; fummo i primi, infatti, ha segnalare all'allora presidente di Confindustria, Emma Marcegaglia, la necessità di consolidare il debito a breve delle PMI, per traghettarle fuori

Personalmente, credo di aver dedicato a questo aspetto davvero molta attenzione lungo dieci anni di vita associativa, sia a livello nazionale, che comunitario. Col tempo ho dovuto misurarmi con le difficoltà tecniche, cercando di capire gli aspetti normativi dell'indicazione d'origine, a partire dall'ambito doganale, che è quello in cui tale concetto giuridico si è sviluppato. In questi anni ho passato più tempo a fronteggiare il *'fuoco amico'* di colleghi in assetto da guerra santa, ma senza competenza specifica, che ad argomentare in favore delle poche soluzioni praticabili contro i veri nemici della trasparenza dei mercati. Quel che mi preoccupa, oggi, è di risentire gli stessi discorsi fatti già dieci anni fa, alcuni più che giusti, ma troppi del tutto irrealistici. Come se non avessimo la capacità di imparare dai nostri errori. Siccome la battaglia non è ancora del tutto persa, visto che grazie al VP della Commissione UE, Antonio Tajani, c'è una nuova proposta di regolamento che riguarda il 'Made in', spero che l'industria italiana non scivoli ancora una volta sulla buccia di banana del dissenso interno. Colgo l'occasione per ringraziare i nostri Parlamentari Europei che più si sono spesi, in questi ultimi anni, in favore della trasparenza e della reciprocità sul fronte della regolamentazione commerciale e, quindi, del 'Made in'.

Tale tema mi permette di ricordare che in questi cinque anni della mia presidenza di SMI non abbiamo svolto solo un'attività di *lobby* classica, consistente nel tirare la giacca ai *policy makers*, ai vari livelli, da quello nazionale a quello europeo. Abbiamo cercato di svolgere anche un'attività, sia culturale, che di sostegno alle imprese.

Parto dal lavoro sul fronte culturale. Il problema più grande che, personalmente, ho sempre dovuto fronteggiare nell'attività associativa, ai vari livelli, è stata l'idea ampiamente condivisa tra gli economisti e i politici, anche italiani, che il nostro sia un settore al tramonto, una *sunset-industry*, come dicono gli inglesi. Anzi, un residuo della prima rivoluzione industriale; per cui, prima sparisce e prima lascia spazio alle industrie del futuro. Tant'è che, senza alcun rimorso verso i posti di lavoro che sarebbero andati persi, il nostro settore è stato ripetutamente utilizzato come merce di scambio negli accordi commerciali, sia multilaterali, che bilaterali, successivi all'Uruguay Round, concluso nel 1994. Un esempio molto recente è il *waiver* concesso dalla UE al Pakistan, che ha annullato per un anno e mezzo i dazi in entrata sui loro prodotti tessili. Siccome tale concessione sta ormai scadendo, ci si è inventati la possibilità di inserire il Pakistan tra i beneficiari permanenti dell'SPG, il sistema delle preferenze generalizzate. Sarebbe l'ennesimo schiaffo all'industria, soprattutto a quella italiana, mentre si continua a dire, da tutte le parti, che la prima priorità è il lavoro.



Tornando all'attività sul piano culturale, per fare accettare l'idea che ancora convenga investire nel Tessile e Abbigliamento, in Europa, e soprattutto in Italia, ho cercato di dimostrare come la nostra industria sia un frutto adattivo e non una mera presenza residuale. Se ci sono ancora molte imprese che operano lungo la filiera è perché hanno trovato il modo di rispondere a delle esigenze specifiche che caratterizzano i mercati di sbocco; come la necessità di continuo rinnovamento dei

prodotti legati ai cicli volubili della Moda e, quindi, di *quick-response*. Senza dimenticare le esigenze di sostenibilità dei cicli produttivi, o le produzioni realizzate su piccola scala, o la *mass customization*. In questo ambito, a livello nazionale, abbiamo sottolineato l'emergere di 3V : *vicini, veloci e di valore*. L'ultimo aspetto è quello che più si collega alla nostra tradizione culturale e al senso del bello che essa determina, facendoci crescere, anche individualmente, in mezzo ai frammenti di storia, ai monumenti d'arte e ai paesaggi mozzafiato. Tutti quegli aspetti che costituiscono l'*imprinting* che distingue e differenzia la nostra industria, da quella pur simile, fatta altrove, senz'altro a minor costo. A ciò va aggiunto l'aspetto degli standard sociali ed ecotossicologici che rispettiamo, anche in chiave di sostenibilità, quando produciamo. Per questo parliamo di *'bello e ben fatto'*, quindi di valore differenziale del vero Made in Italy. Da qui l'importanza strategica di darne massima visibilità.

Purtroppo, come in parte ho già ricordato, la difesa del Made in Italy come elemento identitario passa per la tecnicità del linguaggio doganale, per cui l'origine di un prodotto viene conferita dal luogo in cui sia avvenuta l'ultima trasformazione sostanziale. Anche tra colleghi questo aspetto è stato oggetto di ampia discussione e anche di malinteso. Tuttavia, il numero d'imprenditori che è d'accordo sulla sostanza e cioè sul fatto di dare visibilità a ciò che ancora si fa in Italia, è molto più ampia di quanto si creda.

Questo anche perché alcune promesse della globalizzazione sono oggi in fase di riconsiderazione. Ricordo il club dei *traders* che si riuniva all'hotel Amigò di Bruxelles nell'anno in cui divenni presidente di Euratex, nel 2007; diceva così: *"producing nowhere, selling everywhere"*. Quando l'anno successivo il petrolio schizzò sopra i 100 dollari al barile il *'dove e come produrre'* tornò ad essere importante; proprio come ricordato nelle nostre *tre V*. E' vero, tuttavia, che bisogna avere l'ambizione di vendere ovunque, e il Tessile-Moda italiano non è certo stato fermo, da questo punto di vista.

Il Made in Italy presenta ancora interessanti potenzialità

Il posizionamento dell'Italia come fornitore di Tessile-Moda (Ranking per paese)

Paese	2011
Francia	2
Spagna	4
Germania	4
Hong Kong	2
Regno Unito	5
Turchia	4 ↑
Giappone	4
USA	11 ↑
Russia	3
Cina	10
India	12 ↑
Brasile	12

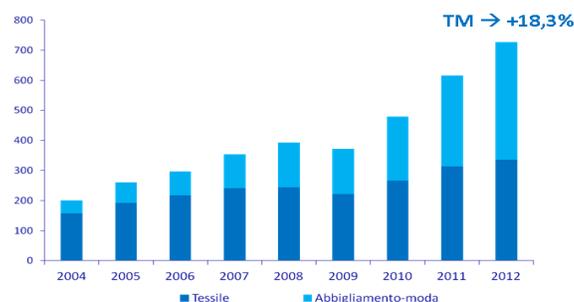
Fonte: elab. SMI su dati UNCTAD

smi SEMPRE
INNOVANDO Michele Tronconi - Milano, 2 luglio 2013 **ASSEMBLEA
dei Soci 2013**

Aprò, così, il capitolo di ciò che si è fatto a sostegno delle imprese, per aiutarle a esportare di più. Sotto i colpi della crisi finanziaria la domanda sui mercati interni è andata via via diminuendo spingendo le imprese a vendere all'estero. Dove la domanda del vero Made In Italy, bello e ben fatto, si è via via incrementata a mano a mano che cresceva la quota di popolazione benestante nei paesi di nuova industrializzazione. A partire dai cosiddetti BRIC.

Le esportazioni verso la Cina non conoscono crisi

Esportazioni di Tessile-Moda italiane verso la Cina (in milioni di euro)



Fonte: elab. SMI su ISTAT

smi

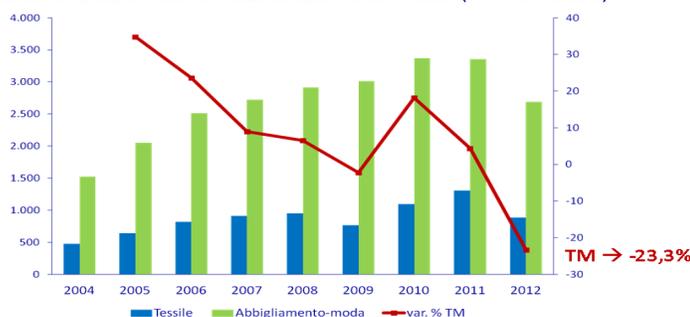
Michele Tronconi - Milano, 2 luglio 2013

ASSEMBLEA
del Soci 2013

Su questo fronte SMI ha cercato di cambiare pelle, aggiungendo alle funzioni tradizionali, nell'ambito della rappresentanza, anche il supporto commerciale; organizzando missioni all'estero, coordinando le partecipazioni a fiere e addirittura aprendo una sede distaccata a Shanghai. Perché nel giro di neanche dieci anni la Cina si è trasformata, dall'essere solo un grande concorrente, all'essere soprattutto un grande mercato di sbocco.

La Cina da fabbrica del mondo a mercato di consumo

Saldo commerciale Tessile-Moda cinese verso l'Italia (in milioni di euro)



Fonte: elab. SMI su ISTAT

smi

Michele Tronconi - Milano, 2 luglio 2013

ASSEMBLEA
del Soci 2013

Con tutti i problemi relativi, perché i cinesi stanno già oggi proteggendo con barriere tecniche l'ingresso nel loro mercato, come ci ricorda la vicenda dei c.d. *GB standard*. Su tutti questi fronti abbiamo sperimentato, sapendo che qualche volta può essere necessario rivedere qualche passo, ma non siamo stati fermi.

Abbiamo cercato di costruire il futuro, invece che subirlo. Anche se il nostro rimane il tempo dei *'cigni neri'*, dei fatti inaspettati e, a pensarci bene, è proprio per questo che ha senso il "fare associazione", il muoversi assieme, per lo meno verso i nuovi mercati.

Per avere un'ulteriore prova dell'inaspettato, basti guardare all'immagine di due piazze affollate di protestanti. Da una parte la Turchia, dall'altra il Brasile. Queste rivolte ce le si aspettava dove sta crescendo la disoccupazione e invece le vediamo in due dei Paesi che sono cresciuti di più, negli ultimi tre anni, con la popolazione mediamente più giovane, quindi in una situazione strutturale molto più promettente anche della stessa Cina.

Quel malcontento che esplode in maniera travolgente, là dove speravamo venisse un buon traino alla nostra ripresa, ci deve far riflettere. Non dobbiamo ridurre le nostre ambizioni commerciali, ma non possiamo continuare a coltivarle in un Paese che ha perso la voglia di crescere. Come a dire che un'associazione come la nostra può cambiare pelle, ma non può cambiare completamente orizzonti; c'è il mercato estero, ma ci sono anche i problemi di politica interna da risolvere. Come ho spesso ricordato, se si vuole vincere in trasferta, bisogna risolvere i problemi a casa propria. Anche perché non si può immaginare che uno Stato ti sostenga all'estero, quando ti affossa sul terreno domestico, con eccesso d'imposte e facendo schizzare verso l'alto i costi dei fattori, come nel caso dell'energia elettrica.

La Turchia di piazza Taksim

75.627.384 abitanti nel 2012 dei quali la fascia di età 0-14 corrisponde al 26%,



Il PIL della Turchia è 1.288.638 mil \$ (2011)

Brasile in piazza

193.946.886 abitanti nel 2012



Il PIL del Brasile 3.407.668 mil \$ (2012)

Nello svolgere le mie considerazioni finali, non posso dimenticare altri quattro temi, prima di concludere; quello dei rapporti con l'UE, quello delle Relazioni Industriali, delle relazioni intrafiliere e, infine, quello della lotta alla contraffazione.

Sul fronte UE mi limito a ricordare con un po' di orgoglio che siamo riusciti a riportare un presidente italiano alla guida di Euratex, questo anche grazie all'abnegazione di Alberto Paccanelli, che ringrazio ancora, e al grande lavoro svolto dagli altri membri italiani presenti nel BOD della nostra federazione europea. Per il prossimo futuro ricordo a tutti, anche a me stesso, che noi come SMI devolviamo quasi circa il 10% del nostro budget al fronte europeo, dove si fanno le grandi leggi quadro - le direttive e i regolamenti - e dove quindi bisogna saper lavorare d'anticipo. Un lavoro spesso ingrato, perché se ne conoscono più gli insuccessi, in termini di provvedimenti comunque presi a nostro sfavore, che i tanti piccoli successi, fatti dai ritocchi ottenuti sui provvedimenti. Comunque, proprio perché investiamo molto nella lobby europea dobbiamo utilizzare sempre di più e meglio il nostro presidio di Bruxelles.

Rapporti con l'UE



Home textiles...

Knitwear...

Fashion

EURATEX
THE EUROPEAN APPAREL
AND TEXTILE CONFEDERATION

smi
Michele Tronconi - Milano, 2 luglio 2013

ASSEMBLEA
del Soci 2013

Per quanto riguarda le Relazioni Industriali mi resta l'amezza di non esser riuscito a portare a termine il mio terzo CCNL, quello forse più impegnativo, perché l'eccezionalità del momento ci ha portato a forzare le vecchie liturgie in cerca di un vero cambiamento, a favore del mantenimento della filiera e dell'occupazione.

Relazioni Industriali



del 21 Giugno 2013

Lavoro
TRATTATIVE
Contratto tessili,
stretta sul rinnovo

Contratti. Circa 660mila al rinnovo: aumenti distribuiti anche sul secondo livello
**I tessili superano lo stallo
C'è dialogo sugli aumenti**

del 04 Giugno 2013

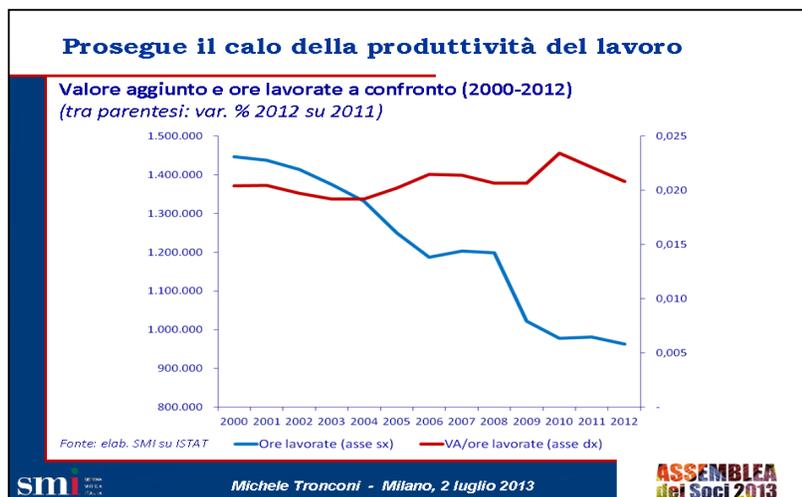
Rappresentanza. L'applicazione alle categorie
Gli imprenditori: ora
trattative unitarie
per i prossimi rinnovi

smi
Michele Tronconi - Milano, 2 luglio 2013

CONTRATTO COLLETTIVO
NAZIONALE DI LAVORO
PER LE IMPRESE ED I LAVORATORI DEL SETTORE
Tessile Abbigliamento Moda
2010

ASSEMBLEA
del Soci 2013

Ci siamo trovati davanti una parte di sindacato forse troppo debole per decidere, tra l'altro sul solco dei recenti accordi interconfederali. Credo che non si debba demordere, perché il lavoro è possibile solo se la singola impresa riesce a stare sul mercato; senza imprese non c'è lavoro.



Sulle relazioni intra filiera, ricordo di avervi messo l'accento sin dal mio primo discorso come presidente di SMI, nel dicembre 2008. Sottolineai già allora che: *'per come abbiamo strutturato la nostra filiera produttiva - per essere ad un tempo flessibili e veloci - non si può credere di sopravvivere a scapito dei propri fornitori, o dei propri clienti, e poi riprendere a correre. Sarebbe come rimanere in possesso di una bella auto, ma senza più benzina. E la benzina del made in Italy, che il Mondo ci invidia, sta proprio nei legami che compongono la nostra filiera'*. Con questa prospettiva sono stato ancor più felice di veder raggiunto, proprio in questi ultimi mesi, il progetto sui nuovi capitoli e sull'aggiornamento degli standard di qualità. Perché li considero entrambi come degli strumenti utili ad agevolare il dialogo e la comprensione tra clienti e fornitori, lungo la filiera. Anche perché, solo dal dialogo su ciò che è tecnicamente possibile si può contrastare, insieme, sia le barriere tecniche che si stanno erigendo in qualche Paese, sia le pretese estremiste di qualche grande ONG.

Rapporti intra-Filiera

“...Non si può credere di sopravvivere a scapito dei propri fornitori, o dei propri clienti, e poi riprendere a correre. Sarebbe come rimanere in possesso di una bella auto, ma senza benzina...”

smi Michele Tronconi - Milano, 2 luglio 2013 ASSEMBLEA del Soci 2013

In fine, nella lotta alla contraffazione abbiamo visto via via riconoscere il nostro presidio tematico da tutti gli enti pubblici coinvolti, a partire dal Consiglio Nazionale Anti-Contraffazione. Tant'è che ci è stato chiesto di dare avvio ad un importante progetto di contrasto alla pirateria su internet con la partecipazione del GAT – Nucleo Speciale Frodi Telematiche della Guardia di Finanza.

Anticontraffazione

LA VERA IMPRESA È
COMBATTERE IL FALSO



19 Maggio 2013 **La Provincia** estratto da pag. 9

**Il tessile sceglie le regole
Al sicuro dai contenziosi**

Dai Capitolati ai Contratti tipo SMI:
le buone pratiche commerciali

<http://www.modalizer.com/ebay-contraffazione-meda-borse/>

smi ASSOCIAZIONE
MILANO
TESSILE
E ABBIGLIAMENTO

Michele Tronconi - Milano, 2 luglio 2013

**ASSEMBLEA
del Soci 2013**

Mi accingo a concludere e, provocatoriamente, mi pongo una domanda: *mission accomplished?* Dopo poco meno di un anno dallo scoppio della guerra in Iraq uno dei Presidenti americani che resterà tra i meno amati, si presentò alla nazione dichiarando “missione compiuta!” Resta tutto da discutere a quale missione si riferisse; di certo non alla pacificazione della regione.

Mission accomplished?



smi ASSOCIAZIONE
MILANO
TESSILE
E ABBIGLIAMENTO

Michele Tronconi - Milano, 2 luglio 2013

**ASSEMBLEA
del Soci 2013**

Qual era, invece, la missione di questa presidenza? Anche noi abbiamo dovuto affrontare una guerra, che ha lasciato sul campo le sue vittime, in termini di chiusure d'impresе e licenziamenti. Guardando al di là delle singole battaglie di cui vi ho parlato, dall'esito alterno, credo che, insieme, siamo riusciti a tenere alta la nostra bandiera. L'industria Tessile e Abbigliamento, in Italia, c'è ancora e ha ancora capacità progettuale, sia grazie ai suoi imprenditori, che ai lavoratori. Ma anche grazie alla nostra associazione.

Se siamo riusciti a fare qualcosa è grazie ad un lavoro corale e queste mie considerazioni non possono che terminare con la parola “grazie”.



Sono grato, innanzitutto, alla nostra casa madre, a Confindustria, per l'appoggio che ci ha dato, sia a livello di presidenza, che di funzionari. Lo ricordo come prima cosa, anche per sottolineare un aspetto importante: la collaborazione di sistema è qualcosa che bisogna saper 'pretendere' in un rapporto a doppio senso di marcia, dove si chiede e si dà, soprattutto sul fronte della competenza e della progettualità.

Ringrazio, quindi, tutti coloro che hanno partecipato al lavoro fatto, che è ben più ampio e complesso di quello che ho ricordato.

Ringrazio il mio predecessore, Paolo Zegna, cui sono andato a ruota, anche perché durante la sua presidenza aveva saputo avviare, sin dall'inizio, la logica del *tandem*. Ringrazio i colleghi del Comitato di Presidenza e del Consiglio Direttivo, senza dimenticare la Giunta e tutta la struttura di funzionari, di cui sono orgoglioso. Ringrazio i presidenti delle 'nostre' fiere e delle nostre società partecipate.

Vorrei ringraziare uno ad uno tutte le persone che mi sono state più vicine e sono molte. Non vorrei, però, dimenticare qualcuno, producendo l'effetto opposto. Lasciatemi, perciò, ringraziare e ricordare emblematicamente solo una persona: l'amico e Vicepresidente tesoriere Rino Bonomi, che ho potuto incontrare solo qualche giorno fa, dopo che son passati ben diciotto mesi dal giorno in cui non poté arrivare a una cena a cui, insieme ad altri colleghi, lo aspettavamo. Rino è tornato nella sua azienda, dove ora lo affianca suo figlio Carlo; sta ancora combattendo la sua personale battaglia per riprendersi il terreno che il male che lo ha colpito gli ha momentaneamente portato via. Per me è stato un grande esempio e oggi, con la sua tenacia, lo è ancor più di prima. Tale esempio mi permette di ricordare e sottolineare l'abnegazione dei tanti colleghi che hanno dato spessore alla vita associativa di questi anni.

Ringrazio tutti Voi, soci di SMI, per avermi permesso di fare questa bella esperienza. In fine, permettetemi di ringraziare anche la mia numerosa famiglia, a cui ho sottratto tempo e attenzione, e che mi ha supportato anche nelle tante assenze dal lavoro in azienda. E' per il sostegno che ho avuto da loro che mi sono sempre sentito in grado di rappresentare la nostra industria, che trova quasi sempre nella famiglia la sua origine e, spesso, il segreto del suo successo. In tutti questi anni, e se faccio il calcolo dalla mia prima presidenza di ANT, sono ben quindici, sono sempre stato pienamente consapevole che non era la mia persona ad essere importante, ma che importante era ed è ciò che rappresentavo; la nostra industria e la nostra tradizione.

Concludo, così, con un augurio fraterno al nuovo Presidente, Claudio Marenzi.

Gli passo il testimone; a lui dare nuovo ritmo alla nostra corsa, verso un futuro che vogliamo migliore; per le nostre imprese, per i nostri collaboratori e per le nostre famiglie.

Milano, 02/07/2013

Michele Tronconi