

The Assomac commitment on hot topics

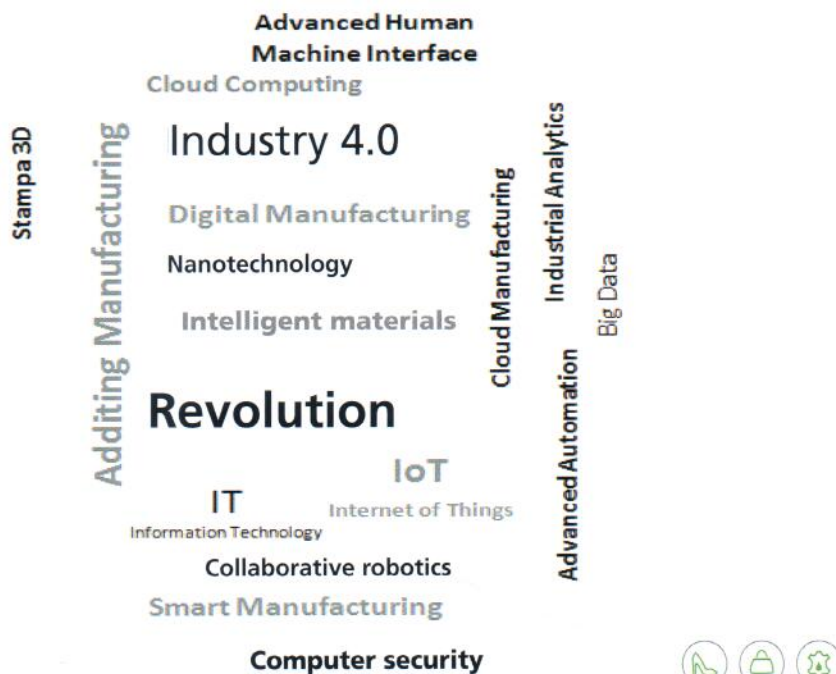
THE LEATHER-FOOTWEAR SYSTEM MUST WORK AS ONE



Gabriella Marchioni Bocca

During the meeting held on 5th of December at the headquarters of the association, in Vigevano, Gabriella Marchioni Bocca, President Assomac highlighted the different topics for which the association is at the forefront: research on the global leather-footwear system, Industry 4.0, and the more and more topical Green Label.

TECHNOLOGICAL INNOVATION: INDUSTRY 4.0



RESEARCH

Given the world's changes and to have a clearer vision of our internationalization and potential development goals, says Gabriella Bocca, "We have created a study that analyses in depth the leather-footwear system at international level, in order to bring out the possible market evolution in the mid- and long term."

The purpose, continues the President of Assomac: "Is to provide an updated mapping of some important production areas in the world. Therefore, the survey will prioritise the

analysis by areas. Starting from Asia, the "world's factory", and continuing with the Americas, Brazil, and the US in particular, and in the main producing countries of Eastern Europe. Finally, South Africa".

INDUSTRY 4.0

This is indeed a subject that requires us to reflect, analyse and act together, says Gabriella - "What exactly is Industry 4.0? To simplify, I like to summarize this evolution with the need to overcome the logic of thinking to a single machine, to work instead in the logic of

primer plano
actualidad

Assomac se compromete en temas de actualidad

El sistema calzadopiél debe trabajar conjuntamente

Durante la reunión celebrada el 5 de diciembre en la sede de la asociación en Vigevano, Gabriella Bocca Marchioni, Presidente Assomac, hizo hincapié en los diferentes temas en que la asociación es protagonista: el análisis del sistema piel/calzado a nivel global, la Industria 4.0 y la Green Label, tema cada día más actual.

EL ANÁLISIS

Teniendo en cuenta los cambios en el mundo y para tener una visión más concreta de nuestra internacionalización y el potencial de desarrollo, dice Gabriella Bocca, "Hemos creado un estudio para analizar en profundidad el sistema piel-calzado a nivel internacional y así determinar las posibles evoluciones del mercado a medio y largo plazo".

El objetivo, continúa la Presidente de Assomac: "Es hacer una cartografía actualizada de algunas zonas de producción importantes en el mundo. De hecho, la encuesta dará prioridad al análisis por áreas. A partir de Asia, la "fábrica del mundo", para continuar en América, en especial en Brasil y en los EE.UU., y en los principales países productores de Europa del Este. Y, por último, en Sudáfrica".

INDUSTRIA 4.0

Sin duda, es el elemento que nos obliga a reflexionar, analizar y actuar juntos, comenta Gabriella: "¿Qué es concretamente Industria 4.0? Para simplificar me gustaría resumir ésta evolución como la necesidad de superar la lógica del pensamiento en una sola máquina para funcionar en la lógica de proceso integrado". Sobre el tema continuó Andrea Favazzi de Assomac que en su informe señaló que los gobiernos de los

principales países industriales están implementando políticas de incentivos directos e indirectos sobre el tema.

Un estudio del 2014 sobre el futuro de la industria europea llega a la conclusión que la inversión necesaria para la Unión para "recuperar" la manufactura sería aproximadamente de 1,300 billones de euros en los próximos 15 años. De estos 675 le tocarían a Alemania y 225 a Italia. La industria 4.0 es, sin embargo, una sola sección de un proyecto más amplio llamado High-Tech Strategy 2020 Action Plan, cuyo objetivo es llegar a las empresas que cumplan los requisitos de los sistemas de Cyber-Physical Systems (CPS).

GREEN LABEL

No es la enésima etiqueta que se pega en la máquina para ser ecológico, sino un verdadero cambio de rumbo en la estrategia de toda la cadena, afirma Gabriella: "Debemos mirar hacia un objetivo común, que responde a la demanda del mercado y que nos obliga a seguir normas aún no codificadas, pero requeridas contextualmente".

Roberto Vago de Assomac en su informe ha indicado que la sostenibilidad se ha convertido en un elemento distintivo y decisivo en la comunicación. El cliente final es cada día más sensible y consciente, por consiguiente, se basa en estos aspectos para promover las producciones. La sostenibilidad como un elemento de distinción, especialmente para los grandes "players", por lo que esto ya no es sólo una "declaración de intenciones" sino que se ha convertido en una verdadera disciplina corporativa llamada "Management policy". Tomando como ejemplo los símbolos usados por Levis es claro cómo la "Management policy" da por un hecho la participación de todo el sistema empresarial. Afecta a todo el modelo de organización y se centra en cuatro fases vinculadas entre sí: Planificación, Acción, Verificación, Reacción. Los grandes "players" han organizado sus campañas promocionales sobre éstos temas. Como se puede leer en los sitios web, el compromiso es trabajar en manera:

- Ecológicamente Sostenible;
- Protegiendo al consumidor;
- Protegiendo a los trabajadores;
- Conservando el medio ambiente. •

an integrated process". Later on, on the same topic, Andrea Favazzi of Assomac went on; in his report he pointed out that the governments of the major industrial countries are implementing direct and indirect incentive policies on the matter.

A study of 2014 on the future of European industry suggests that the EU should invest around 1,300 billion euro over the next 15 years, in order to "take back" the manufacturing industry. Of these, 675 billion euro should be invested by Germany and 255 by Italy. However, Industry 4.0 is just a single section of a larger project called High-Tech Strategy 2020 Action Plan, which aims at reaching companies that meet the Cyber-Physical Systems (CPS) requirements.

GREEN LABEL

This is not just the umpteenth label to be affixed on the machine in order to become environmental-friendly, but a real change of direction in the strategy of the whole chain, Gabriella says: "We must look to a common goal which responds to the market needs and that requires us to stick to standards not yet codified, but simultaneously required."

In his report, Roberto Vago of Assomac indicated that sustainability has become a

distinctive and decisive element in the communication. The end customer is more and more sensitive and aware, and then these are aspects upon which the productions are promoted. Sustainability as an element of distinction, especially for the big players, for which this commitment is no longer just a "declaration of intent", but has become a real corporate discipline, called "Management policy." Considering, for instance, what is symbolized by LEVIS, it emerges how the "Management policy" involves the entire business system. It acts on the entire organizational model and focuses on four phases linked to each other: Planning, Action, Audit, and Reaction.

The Big Players set their promotional campaigns on these subjects.

As reported on websites, the commitment is to operate the activity in a way that it is:

- Ecologically sustainable;
- Consumer-safe;
- Worker-safe;
- Environmental friendly. ■



Andrea Favazzi



Roberto Vago



GREEN LABEL OF

PRODUCT DESCRIPTION	
Commercial name: Machine:	
MACHINE/PLANT WORK CYCLE	
Process brief description:	
Material processed:	
Process efficiency: %	
ENERGETIC/ENVIRONMENTAL PERFORMANCES	
Installed power: kW	Acoustic emission: dB
Water consumption: Liters/Kg	Extra parameter: Kg
Electricity consumption: kWh/Kg	Extra parameter: Kg
Compressed air consumption: Nm3/Kg	Extra parameter: Kg
BOUNDARY CONDITIONS	
Machine/Plant location Country: World	Up-to-date data collection (Year): 2015
CARBON FOOTPRINT	
Kg of CO2 Eq/material processed	Kg of CO2 /material processed
<small>The Carbon Footprint value refers only to the real use of machine/plant (production and end-of-life phases of the machines/plant are not considered)</small>	
<small>Carbon footprint of previous version of the indicate machine. Year 2013</small>	