



Concisa

sui prezzi, ma ora la tendenza anche sui nostri prodotti finiti è la diminuzione. Anche se la clientela è di fascia medio-alta comunque non accetta più di pagare gli aumenti”.

Allora la creatività aiuta perché serve ad abbassare la concorrenza?

“Dieci anni fa ci mettevano un paio di stagioni per copiare le collezioni, ora invece può succedere che ti trovi alla stessa fiera con gli articoli uguali! quindi sì, occorre la massima creatività”.

Ma come ci si può salvare?

“Si punta sul marketing, ma più di tutto bisogna essere convinti del proprio prodotto”.

La Conceria Prealpina è un'azienda che ha più di quarant'anni di esperienza nel settore conciario per la produzione in particolare di pelli per la calzatura. **Baldisserotto Giancarlo** ci parla sì di crisi, ma che loro non ne sono particolarmente colpiti.

Arzignano è spesso associata all'arredamento e all'idea dei grossi volumi: come gestite voi la produzione?

“La nostra è un'azienda che da molti anni ha deciso di rimanere snella, di affidare alcune fasi di lavorazione all'esterno, evitando, in questo modo, di appesantirsi eccessivamente di macchinari e manodopera. Per quanto riguarda la quantità...



Un blog che stimoli le novità per la pelle

Un blog per ispirare ed essere ispirati. Stilisti e creativi lo fanno in continuazione: si guardano attorno, catturano idee, le metabolizzano e ci regalano capolavori. Ma tutto questo è possibile anche nel mondo della pelle?

Marta Facin pensa di sì e da un paio di mesi ha pubblicato in rete una piazza virtuale dove creativi, pubblico ed aziende si possono incontrare e confrontarsi. Per chi non è pratico, un blog è, in parole povere, un sito internet in cui i visitatori possono interagire lasciando i loro commenti.

“Il blog è la prima parte di un progetto più grande, ma mi è sembrato un buon punto di partenza per testare l'interesse della gente - ci spiega Marta -. Essendo virtuale può teoricamente raggiungere tutto il mondo e intanto attirare l'attenzione in attesa della parte “fisica del mio progetto”. A marzo penso di inaugurare il laboratorio”.

Andiamo con ordine, qual è il tuo obiettivo?

“Mettere a servizio delle imprese la mia conoscenza di marketing, settore che per ora non si è ancora imposto nel mondo conciario, e il mix di idee, spunti e novità che arrivano dalle influenze esterne, dai creativi e dal pubblico”.

Come si traduce in pratica?

“Il blog è lo spazio virtuale in cui confluiscono le idee, poi ci sarà un laboratorio in cui queste, grazie ad un collaboratore che ha grande esperienza nel settore concia, prenderanno vita e diventeranno campioni di pelle, prototipi per articoli o per prodotti finiti. Le sperimentazioni saranno sulla pelle come fine a sé stessa o come parte di un prodotto che verrà subito impostato per il mercato finale. Creare quindi sinergia quindi tra consumatori, creativi e imprese”.

I consumatori scambieranno input e parteciperanno alla realizzazione

di prototipi, portandosi a casa, il prodotto finale per il quale hanno partecipato alla progettazione. I creativi (stilisti, sarti, falegnami, designer, pittori, writers, scultori, architetti, grafici, pubblicitari etc.) un interscambio creativo-culturale (consumatori-creativi-imprese) per la creazione di idee da offrire al sistema mercato-impresa in modo del tutto innovativo. Le imprese raccoglieranno i risultati ottenuti e a loro volta potranno offrire nuovi spunti su cui lavorare.

Come credi possa essere accolto il tuo servizio dagli imprenditori conciari?

“So che non è facile far accettare una novità, ma credo in questo progetto e nella sua utilità perciò mi auguro alla lunga di avere un riscontro positivo. Credo che in questo particolare momento il nostro comparto abbia bisogno di una scossa; non si può pensare di sopravvivere solamente. Ora, o si cambia o si chiude”.

vento mostra positività. “Noi, pur lavorando esclusivamente conto terzi a ciclo completo, producendo pelli per calzatura, abbigliamento e borse, abbiamo consolidato negli anni un lavoro di costanza e qualità, creando fiducia nella nostra clientela. Oggi comunque, tutto è diventato più difficile e professionale, ci sono molti più articoli, molti colori, gli ordini sono sempre più spezzati”.

Voi lavorate a ciclo completo e vi manca il processo di acquisto a monte del grezzo: siete immuni dal problema prezzo?

“È vero, noi non acquistiamo la materia prima, questo è un onere che si assume il nostro cliente, ma è anche vero che quando il grezzo aumenta, come in questo periodo, il problema si ripercuote su di noi: il nostro guadagno è sul conto lavoro e spesso ci viene richiesto di abbassare il più possibile il costo”.

È possibile un cambiamento di tendenza nei terzisti e che questi si avvicinino al settore moda?

“Tutto è possibile, ma non credo sia una trasformazione facile, perché calzature e arredamento sono culture nettamente diverse, dovute alle quantità e anche agli articoli. mentre la moda, infatti, cambia due-tre volte l'anno, l'arredamento è molto meno variabile”.