

NEWS - NEWS - NEWS - NEWS - NEWS - NEWS - NEWS - NEWS - NEWS - NEWS

STRATEGIE

Milano Fashion Global Summit. Della Valle (Tod's). "Necessario rivedere il rapporto tra prodotti e consumatori"



MODAONLINE - Tod's chiuderà un buon 2009. Parola di Diego Della Valle (*foto*), amministratore delegato del gruppo marchigiano, che ha partecipato alla sessione pomeridiana del Milano Fashion Global Summit 2009. "I nostri numeri sono buoni e, se il Natale, come pare si stia profilando, sarà da normale a buono contiamo di chiudere l'anno molto bene". Ma maggior ottimismo è riservato agli anni a venire che Della Valle stima molto più in crescita rispetto agli indicatori di ANCI, Associazione nazionale calzaturifici italiani, che prevede una crescita del 4,5% (percentuale che per i prodotti

di importo superiore ai 250 euro sale ad incrementi previsti tra il 6 e l'8%) nel periodo 2010-2013. "Abbiamo obiettivi e auspici più ambiziosi che si

basano sulla base degli investimenti fatti e sui trend di questi mesi".

Secondo il patron di Tod's è necessario tener duro perché: "in Italia si producono le scarpe più belle al mondo e non bisogna impressionarsi quando si sente parlare solo di abbassare i prezzi perché, una volta passato il complesso periodo della crisi, i consumatori torneranno a voler comprare prodotti belli al prezzo giusto, che non vuol dire basso, per avere un prodotto di qualità". Anche Della Valle, come aveva già fatto Michele Norsa (Ferragamo) in mattinata ha sottolineato il fatto che l'ultimo anno è servito per fare il punto della situazione dopo un decennio di crescita favorita da mercati forti e da una politica aggressiva basata sull'affermazione del marchio. "Le imprese, davanti alla crisi, hanno preso atto che per tornare a essere virtuose devono puntare sulla qualità, facendo molta attenzione a difendere la reputazione del proprio marchio. Guadagnare di più fatturando meno è possibile. Quello che bisogna assolutamente evitare è voler vendere a tutti i costi solo per far salire il fatturato. Nel nostro settore, soprattutto quando si cresce, non va mai trascurata la prudenza è necessario cercare di avere molto fieno in cascina e zero debiti". Una

considerazione che spinge Della Valle a consigliare agli imprenditori di concentrarsi su ciò che sanno fare meglio e soprattutto a rivedere in fretta il rapporto tra prodotti e consumatori "Il rapporto con i consumatori, faticosamente costruito negli ultimi decenni fino a pochi anni fa era molto serio. Negli ultimi anni è stato messo a dura prova dalla frenesia delle aziende a voler vendere a tutti i costi. Ad esempio il proliferare degli outlet, ormai diventati bellissimi e luoghi in cui, forse troppo spesso le persone trovano anche prodotti della collezione in corso ad un prezzo decisamente molto basso, dove ci porterà"?

Cristina Mello-Grand

martedì 24 novembre 2009