

L'AZIENDA DELLA TRADIZIONE

«Riecco i clienti. Grazie ai cinesi»

Il Pontetorto: «Loro pensano al mercato interno, Europa e Usa tornano da noi»

di **STEFANO DE BIASE**

«NEL CORSO DEL 2010 c'è stato un importante segnale di ripresa sul fronte della quantità di ordini ricevuti, provenienti soprattutto dai nostri storici clienti europei. La spiegazione? Semplicemente non sono rimasti soddisfatti del modo di lavorare delle imprese cinesi alle quali si erano nel frattempo rivolte e hanno deciso di puntare sui nostri prodotti di qualità. Che peraltro benconoscevano».

Non ha paura di pronunciare la parola «ripresa» Luigi Banci, managing director del lanificio Pontetorto, con sede a Montemurlo, uno dei gruppi del settore tessile più importanti non solo di Prato. Dopo il periodo di grande crisi vissuto nel 2009, l'anno appena terminato ha visto una interessante inversione di tendenza per l'azienda e il lavoro è tornato sui livelli degli anni precedenti alla crisi.

«L'80% circa dei clienti europei si approvvigiona di tessuti in Cina, andando a risparmiare fino al 70% rispetto ai nostri prezzi — commenta Banci — In questo periodo però le aziende produttrici cinesi stanno prediligendo il mercato interno, fornendo i connazionali e trascurando i clienti esteri con ritardi nelle consegne e produzioni di scarsa qualità». «Una politica — prosegue Banci — che ha suscitato un diffuso senso di insoddisfazione soprattutto fra gli acquirenti europei ed americani che hanno deciso di tornare all'an-

tico».

IL SEGRETO del successo della Pontetorto è racchiuso in due elementi: sviluppo continuo della ricerca e forte aggressività sul mercato. «Anche nei momenti di vera crisi non abbiamo mai smesso di produrre materiale, presentandoci a tutte le fiere internazionali di maggiore spessore, con più di quattrocento articoli per stand — continua — Inoltre abbiamo sempre cercato di diversificare le nostre produzioni, puntando forte su tessuti particolari e tecnico-sportivi, una scelta che da quasi trent'anni ci regala soddisfazioni. Di pari passo non abbiamo mai smesso di investire in ricerca e creatività, affidandoci a personale estremamente qualificato e dotan-



Luigi Banci
managing director

La console ha promesso un canale preferenziale, ma lo sappiamo: con la Cina è difficile attivare rapporti fissi

doci anche di un laboratorio interno per il controllo della qualità». Durante l'incontro svoltosi proprio nella sede della Pontetorto, martedì scorso, la console cinese Zhou Yunqi ha promesso un canale preferenziale fra Montemurlo, Prato e il mercato orientale, ma si tratta di una dichiarazione

che lascia scettico Banci: «Abbiamo già lavorato in passato con clienti cinesi — riferisce — ma gli ordini sono sempre stati sporadici, senza riuscire ad instaurare rapporti fissi. Una situazione ben diversa rispetto al Giappone, dove se dimostri di garantire qualità ottieni la fedeltà dell'acquirente. Le prospettive però potrebbero cambiare con l'inserimento della politica, garantendo maggiore affidabilità in un mercato che fa gola a tanti, visto che ha davvero potenzialità enormi, anche nel settore del fashion femminile».

INFINE il rapporto con i giovani, una risorsa sulla quale investire in previsione futura. «Attualmente abbiamo aderito ad un programma con l'istituto Buzzi — conclude Banci — aprendo le porte della nostra struttura per circa un anno a due fra gli allievi più promettenti. Con questo accordo garantiamo una possibilità di crescita di massimo livello a questi ragazzi che con l'aumentare della loro esperienza potrebbero un giorno rientrare nell'azienda da veri dipendenti esperti».



AI RAGGI X



2010: fatturato 50 milioni
«Ammortizzato» il 2009

Un fatturato di oltre cinquanta milioni di euro solo per il 2010, 130 dipendenti e una struttura che si estende su una sede di circa 45 mila metri quadrati



Assunti due manager
Per export e laboratorio

Prosegue la ricerca di personale qualificato: a inizio 2011 assunto un direttore commerciale export. Poco prima era giunto il nuovo responsabile laboratorio



L'80% va all'estero
In Europa, Usa, Giappone

Il Pontetorto esporta circa l'80% della produzione in particolare in Europa, Giappone, Usa. Si opera sia nel settore del fashion che in quello del tecnico-sportivo



LA CONSOLE CINESE La visita alla Pontetorto di Zhou Yunqi rappresentante diplomatico a Firenze

foto Gianni Attalmi