

È la strategia dell'azienda Helen, da tre generazioni nel settore tessile

# Pronto moda donna: scelta e rinnovamento

La famiglia Calmonte di Bassano del Grappa da ormai tre generazioni opera nel settore del tessile-abbigliamento. L'azienda Helen propone prodotti per signora giovane ed aggiornata attraverso il concetto di 'Pronto moda': tempi veloci per le consegne, per i riassortimenti e alto tasso di rinnovo dei prodotti. Della famiglia Calmonte collaborano in ditta il dott. Giampietro, responsabile amministrativo e commerciale, il cugino Gianfranco, responsabile del prodotto, con i fratelli Bepino e Giulio. Il 'Pronto moda' garantisce oggi un prodotto di qualità ed è in grado di distinguersi dai prodotti d'importazione? Il 'Pronto moda' - risponde Giampietro Calmonte - è uno spazio che il negozio di abbigliamento lascia all'acquisto di prodotti, perché semplifica, dato il breve tempo che intercorre tra l'ordine e la consegna, la capacità di scegliere il prodotto in base alle richieste del mercato. Oggi la qualità è garantita e ben visibile rispetto ai prodotti di fascia bassa, mantenendo comunque livelli di prezzi commerciali. Soprattutto l'esperienza professionale di chi lavora con noi e un'alta informatizzazione globale - prosegue Calmonte - rendono possibili risultati una volta impossibili, permettendo di coniugare flessibilità e velocità con una efficace gestione aziendale. Il Veneto si distingue nel comparto perché gli imprenditori hanno avuto la capacità di formare distretti e filiere produttive indipendenti. Da parte di molti economisti e politici giungono però continue sollecitazioni per imprese di grandi dimensioni in grado così di affrontare la sfida competitiva. Dove sta, in realtà, il modello vincente? È vero che oggi il processo produttivo è eseguito da aziende diverse per fasi di lavorazione (cioè taglio, cucitura, stiro) mentre è cura della casa madre seguire la creazione dei prodotti e la fase di commercializzazione - evidenzia Giampietro



Gianfranco Calmonte, responsabile del prodotto, con Elisabetta Calmonte, la più giovane della famiglia impegnata in azienda

Calmonte - ma le aziende snelle, non caricate di pesanti costi fissi, possono muoversi con agilità nei mercati e ricevere continuamente input innovativi da queste collaborazioni. Ritengo inoltre che si possano avere delle belle soddisfazioni anche con aziende a misura d'uomo. Non va dimenticato - aggiunge - che comunque nella nostra realtà si fa uso di programmi di 'Business Intelligence' che sicuramente aziende importanti non gestiscono. In un mondo in cui gli armadi sono stipati di vestiti, resta da capire quali sono gli elementi che decretano il successo di un'azienda, capace di proporre con successo i propri prodotti. Secondo Calmonte, innanzitutto bisogna essere molto vicini al mercato. Tutto accade fuori dall'azienda - osserva Calmonte - e noi siamo curiosi di guardare, nei nostri frequenti viaggi in Italia e all'estero, che cosa succede nelle diverse città. Incontriamo i nostri clienti, osserviamo gli altri, cioè i nostri concorrenti o le eccellenze del mercato, per imparare e stabilire nuove strategie. Spesso

ci siamo chiesti il motivo per il quale il consumatore acquista, la risposta dipende da un mix di fattori - evidenzia - quali la capacità in primis di suscitare un'emozione. A ciò s'aggiungono la cortesia e la professionalità dell'addetto alla vendita e la sensazione di pagare un giusto prezzo per il prodotto. Helen è giunta alla sua terza generazione (in azienda collabora anche la più giovane della famiglia, Elisabetta Calmonte) ed è ancora tutta protesa al futuro, con importanti obiettivi. Siamo in una fase in cui dobbiamo far capire - spiega Calmonte - a un numero elevato di potenziali clienti i vantaggi dell'acquisto del 'Pronto moda'. Anche se il settore sembra essere molto dinamico, perché si sono affermati canali distributivi in franchising, negozi monomarca o grandi dettagli, in realtà molti punti vendita indipendenti sono refrattari all'innovazione in quanto spesso vi è la presunzione di sapere già tutto e quindi la gestione operativa segue spesso gli umori della proprietà. In realtà, i sell-out degli ar-



Giampietro Calmonte, responsabile amministrativo e commerciale di Helen

ticoli di 'Pronto moda' sono elevati e ciò - sottolinea Calmonte - si traduce in alta rotazione delle scorte e minor investimento di capitale in merce. Dunque pronti ad accettare molte sfide, ma vi possono essere fattori esterni che potrebbero pregiudicare la spinta propulsiva di Helen? In azienda siamo accompagnati - risponde Calmonte - da un innato ottimismo che comunque non modifica la realtà complessa e competitiva. Sarebbe facile scaricare eventuali difficoltà verso l'esterno, ad esempio la scarsità di infrastrutture, politiche industriali e fiscali non adeguate..., ma è semplice capire - conclude - che è nella nostra azienda che bisogna costruire i fattori di successo, con tanta dedizione e passione.