

Pelletteria Almax: una tradizione di oltre 50 anni



1957 Mauro Guerrini, inizia la sua carriera di pellettiera in una delle più importanti valigerie fiorentine del tempo

1972 Insieme ad altri colleghi, grazie alla grande esperienza maturata nonostante la giovane età, decide di aprire la propria azienda. Nasce così la Valigeria Toscana

1986 Decide di mettersi completamente in proprio, creando così **Pelletteria Almax**, una realtà di dimensioni artigianali, che lavora per conto terzi



2003 Inauguriamo la nostra modelleria e con essa Almax cambia fisionomia e dimensioni, pur mantenendo la migliore qualità artigianale che la contraddistingue

Oggi **Pelletteria Almax** conta oggi 85 dipendenti e 15 aziende di pelletteria che collaborano come subfornitori esterni. Lavoriamo ancora per conto terzi, ma da quest'anno abbiamo anche il nostro marchio, **Guerrini**, ideato appositamente per il mercato cinese

Il contesto di riferimento: che cos'è la pelletteria oggi

Storia

- Da sempre la pelletteria di lusso ha rappresentato un settore importante per l'economia Toscana, trovando nel distretto di Scandicci la sua eccellenza. Negli anni il nostro territorio ha così attirato ed attira, per le sue competenze, i più grandi ed importanti gruppi del lusso a livello mondiale
- Dal 2008 il comparto sta vivendo profonde trasformazioni, ancora in atto, che ne stanno cambiando l'assetto ed i principi di fondo che lo avevano consolidato negli anni. Il sistema satellitare costituito da micro e piccole aziende creato negli anni per frammentare costi e rischi si sta rivelando infatti inadeguato nell'attuale situazione di pressanti richieste del mercato in termini di contenimento dei costi e di soddisfazione della domanda



Il contesto di riferimento: che cos'è la pelletteria oggi

Conseguenze



- Le multinazionali del settore richiedono un unico interlocutore qualificato e con competenze a 360° con cui dialogare, rispetto ad una molteplicità di soggetti come accadeva in passato
- Vi è la necessità di fare importanti investimenti tecnologici in un settore che, fino alla metà degli anni 2000, non era supportato in tal senso dalle industrie produttrici delle tecnologie stesse
- È fondamentale attivare un processo di formazione continua, per formare figure tecniche del settore che sempre di più il mercato richiede (modellisti, prototipisti ecc...). Ad oggi, nel nostro distretto, sono presenti due importanti realtà: l'Alta Scuola di Pelletteria Italiana ed il Mita (Made in Italy Tuscany Academy)

Rete Almax: perché è nata?



Alla fine del 2010, ci siamo chiesti, insieme ai nostri fornitori: ma il nostro modello organizzativo, è adeguato ai tempi?

- All'inizio del 2011 abbiamo iniziato a studiare la possibilità di utilizzare una nuova forma aggregativa che stava nascendo: il Contratto di Rete
- Ci sono voluti più di nove mesi per far nascere la nostra "creatura", ed il 14 novembre 2011 abbiamo stipulato il *nostro* Contratto di Rete, della quale fanno parte, oltre a Pelletteria Almax, otto aziende pellettiere, nostri fornitori storici
- Gucci ricopre il ruolo di sponsor della Rete Almax, oltre ad essere facilitatore di buone prassi e soprattutto supporto importante di condivisione delle strategie da adottare sul territorio

Obiettivi raggiunti e difficoltà incontrate...



- Questo nuovo modello ha permesso di fare massa critica negli accordi con un istituto di credito, che ha creduto nel nostro progetto ed ha supportato nella crescita queste piccole realtà, alla stregua di aziende più strutturate, permettendo loro di continuare nella strada ormai obbligata degli ingenti investimenti in tecnologia per noi del mondo del lusso ormai indispensabili
- Accordi più vantaggiosi con gestori telefonici, assicurazioni, accesso a fondi dedicati alle reti della Regione Toscana e di FondImpresa
- La prima difficoltà è stata mettere insieme 8 imprenditori, per il loro timore nel condividere il know-how acquisito in tanti anni di lavoro, rimettendosi così in gioco.
- Preoccupazione di perdere autonomia decisionale all'interno della propria azienda



... e le prossime sfide!



- Aumentare il senso di appartenenza alla Rete
- Generare valore attraverso la diffusione di know-how
- Innovare la tecnologia ed implementare i processi
- Ricercare l'efficienza «totale»