



Alessio Sturlini, CEO



Linda Fornara Bertona

Pellami pregiati, emblema toscano

"Un marchio lusso 'abbordabile' dove l'unicità fa la differenza e ogni scarpa è a sé", così esordisce *Alessio Sturlini*, amministratore delegato e direttore creativo dell'omonimo marchio di scarpe *Sturlini Firenze* e dell'azienda *Navayos* che produce per altri brand italiani e internazionali comode calzature di alta gamma. Il manager, oggi cinquantenne, esperto di finanza e marketing, subentra da giovane alla guida del gruppo dopo la morte del padre. Una realtà imprenditoriale di stile e di eleganza che *Sturlini* porta avanti assieme alla sorella *Alessia* e al figlio di *Alessia* il giovane *Edoardo*. Lo abbiamo intervistato nell'esclusivo show room di via Borgonuovo a Milano nel cuore del distretto della moda. Ci ha accolti con simpatia e semplicità, in un abbigliamento elegante ma dai tratti casual, accento fiorentino e grande passione per la sua terra della quale ama conversare di tutti i prodotti, tra questi dell'eccellente olio toscano che lui stesso produce come attività amatoriale "vivo in campagna tra gli ulivi e ho la passione per l'olio", ci confida. **Signor Sturlini oggi più che mai le piccole e medie imprese del Made in Italy faticano per la concorrenza dei**

vantaggioso come sembra. Il cliente attento e informato, incline al gusto è alla ricercatezza del prodotto,

vuole la qualità che dobbiamo fornire a un prezzo che resti accessibile. Noi siamo un'azienda storica, le nostre location hanno sapore di vita vissuta. Navayos, fondata nel 1967, si trova a Monsummano Terme in provincia di Pistoia, tra Pisa e Firenze, nel cuore della Toscana e dei suoi distretti di lavorazione delle pelli. Abbiamo una superficie di 5.500 mq rinnovati completamente tre anni fa dove concentriamo tutte le attività: produzione con manovre interne e conceria per tinto in capo, ufficio stile e sviluppo prodotto, logistica, commerciale e amministrazione. Fatturiamo 15 milioni e abbiamo il 60 per cento di clientela estera suddivisa tra: Germania, Benelux, Francia, Inghilterra e Russia.

Simbolo araldico dello stemma dei Medici di Firenze per il logo Sturlini. Corretto?

Esattamente. Dalla metà degli anni 2000 il nostro calzaturificio si affaccia al retail con il brand Sturlini e un logo che presenta sei bisonti dei medici di Firenze o 'palle' così chiamate dai fiorentini per una lontana parentela di famiglia.

Quale un vostro segreto imprenditoriale?

Dare valore all'artigianalità. Questa è la nostra filosofia: Le mani prima di tutto. Negli anni Cinquanta c'è stato il boom dei mocassini perché si cuciva a mano, senza troppe macchine.

Il vostro 'fiore all'occhiello' è il brevetto Versilia. Di che cosa si tratta?

E' il brevetto depositato come marchio di garanzia di costruzione della suola Sturlini: un particolare sottopiede che migliora il comfort. La flessibilità e l'elasticità della suola, che arriva a piegarsi quasi completamente, offre un risultato qualitativo superiore rispetto ad altre tecniche costruttive.

Quali sono le maggiori difficoltà che incontrate?

Reperire designer. Le maestranze sono legate al marchio da decenni e i materiali che utilizziamo sono tutti di provenienza nazionale o regionale. Abbiamo 60 persone di età media tra i 35 e 40 anni dei quali il 55% uomini 45% donne. Molti giovani decidono di non intraprendere più la via delle scuole di artigianato o di design e preferiscono andare a lavorare lontano dalla Toscana. Per questo non è facile reperire personale qualificato. Tra i compiti della nostra azienda c'è anche quello di valorizzare le persone che lavorano per noi, formarle e investire su ricerca e sviluppo accompagnando i giovani all'antico mestiere del 'prodotto di qualità'.

Avete mai pensato di quotarvi in Borsa? Quali strategie di espansione per il futuro?

Ci è capitato di avere richieste da alcuni fondi di investimento ma abbiamo detto di no, preferiamo mantenere la nostra indipendenza. Aprire al capitale è prematuro, ogni passo va fatto al momento giusto. Per adesso l'obiettivo è di inaugurare nuovi punti vendita e avere maggiore visibilità. Puntiamo sempre a diversificare per questo produciamo anche borse con l'artigianalità della nostra tintura, il tinto in capo delle pelli e delle tomaie in seno all'azienda utilizzando pigmenti naturali.

Quale il risultato del 'tinto in capo'? Come avviene la procedura?

La tomaia viene immersa in una botte per la concia e fa un bagno completo. Il risultato è una calzatura meno uniforme nel colore, unica. Il colore risulta meno lucido, più vintage direi.

Il distretto toscano è famoso per la produzione di pellami di qualità. Basta fare un giro tra le boutique a Firenze, Pisa o Livorno per trovare grandi quantità di scarpe, borse, zaini, cinture per ogni esigenza e per tutti i gusti. Quali i vostri concorrenti diretti Made in Toscana? Come vi relazionate?

Nessun competitor, solo amici! Il segreto è avere relazioni buone con tutta la filiera. Siamo rimasti in pochi e c'è spazio per tutti. *Deluxu.it Copyright*