

IN UN'EPOCA CARATTERIZZATA DALLA GLOBALIZZAZIONE E DA UNA COMPETITIVITA' PORTATA AI MASSIMI LIVELLI, LA SCELTA DELLA PUNTI BLOND DI PUNTARE SULLA RICERCA E SUL VALORE AGGIUNTO RAPPRESENTA UN MODELLO COSTRUTTIVO CON UNA BUONA VISIONE DI FUTURO. VOLGENDO LO SGUARDO AL PASSATO, IL SUO DIRETTORE GENERALE ATTRIBUISCE LA POSIZIONE CHE LA PUNTI BLOND OGGI OCCUPA NEL MERCATO ALLA DEDIZIONE E ALLA PROFESSIONALITÀ DELLE PERSONE CHE VI LAVORANO.

Juan Manuel Aloy

Direttore Generale di Puntiblond

“Nel nuovo contesto socio economico è possibile rimanere a galla solo se si è disposti a realizzare un forte investimento in R&S+I (Ricerca, Sviluppo e Innovazione Tecnologica), nonché a sviluppare prodotti con un elevato valore aggiunto.”



Testo Agnès Felis

La Puntiblond è nata a Barcellona nel 1947 e per vent'anni si è dedicata alla produzione di pizzi di seta, tulle e merletti. Alla fine degli anni sessanta è stata pioniera nella realizzazione di tessuti elastici e oggi, dopo essersi recuperata da un regime d'amministrazione controllata nel 1973, grazie all'intervento di Juan Manuel Aloy Font, la sua politica di diversificazione viene presa come esempio da altre aziende del settore. L'entusiasmo, la dedizione e la professionalità di Juan Manuel Aloy hanno determinato la traiettoria di una compagnia che dal 1997 è responsabile di tutte le fasi del processo produttivo: la Puntiblond controlla il processo completo, dalla ricezione del filo all'ultimazione del tessuto.

Che fase sta attraversando la Puntiblond nell'attualità? Quali sono le sfide dell'azienda a breve, a medio e a lungo termine?

I prodotti della Puntiblond circolano in tutto il territorio nazionale e in molti paesi dei cinque continenti. Una delle nostre sfide immediate, per affrontare la quale stiamo lavorando sodo, è appunto la necessità di intensificare l'esportazione.

Puntiblond è un'azienda pioniera e innovatrice che investe, ricerca e lavora costantemente su nuove linee di sviluppo. Occupiamo un posto di rilievo nel settore dei tessuti più tradizionali e creiamo tessuti e prodotti che sono all'avanguardia, perfino in ambiti diversi dalla corsetteria.

La nostra sfida consiste nell'elaborare prodotti dotati di un forte valore aggiunto – come i Colibrí nella corsetteria – e nella diversificazione, impegnandoci anche in settori come quello degli articoli tecnici e dei prodotti d'alta tecnologia.



L'ingresso della Cina nella OMC ha cambiato radicalmente il panorama del tessile in tutto il mondo. Lei ritiene che sarebbe stato possibile portare a termine questo processo in un modo meno traumatico?

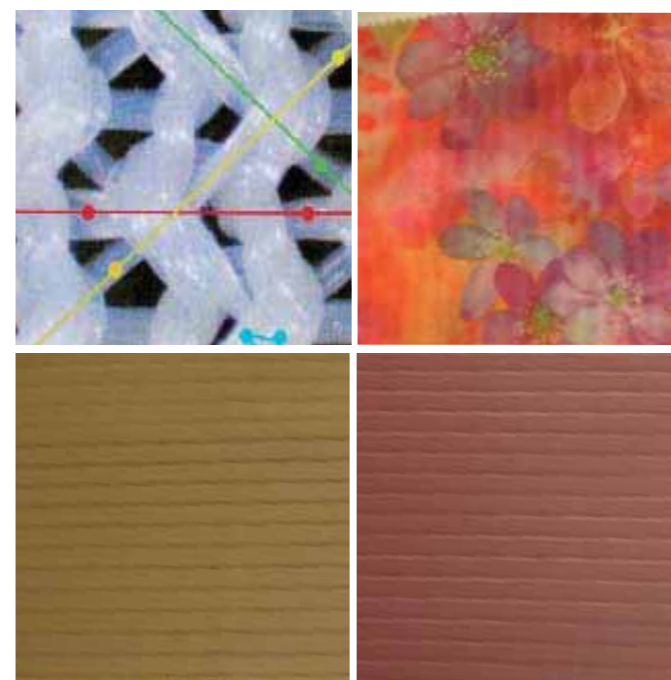
Tanto il processo quanto la sua evoluzione sarebbero stati meno traumatici e nocivi se si fossero rispettate le normative in tutti i paesi membri.

Come giudica la reazione delle aziende spagnole rispetto ai cambiamenti prodotti dal nuovo scenario internazionale? Rientrerà nella normalità o dovremo ancora assistere a molte chiusure di fabbriche tessili?

E' evidente che la reazione delle aziende è stata molto diversa ed è stata positiva solo per quelle firme che sono riuscite a adeguarsi alla nuova situazione del mercato. In questo nuovo contesto socioeconomico riesce a rimanere a galla solo chi investe molto in Ricerca, Sviluppo e Innovazione Tecnologica e si dedica a elaborare prodotti con un elevato valore aggiunto.

Per fare un po' un bilancio dell'ultimo decennio nel settore della produzione, quali cambiamenti e quali punti d'inflessione vorrebbe sottolineare? Ci sono state innovazioni importanti?

Questi ultimi anni sono stati, senza dubbio, caratterizzati da molti cambiamenti importanti, come la liberalizzazione dei mercati con l'apertura di frontiere e la soppressione di dazi. Questi cambiamenti hanno prodotto innovazioni importanti tanto nell'ambito commerciale quanto in quello tecnologico. Alcuni fattori quali il risparmio energetico o la protezione dell'ambiente hanno acquisito un enorme rilievo nel processo produttivo. La Puntiblond ha ottenuto il certificato Öko Tex e le sue attività industriali rispettano tutti i requisiti ambientali in vigore. La nostra azienda effettua a secco la maggior parte dei processi di



“Il potere lo ha in mano il distributore della grande superficie, giacché impone le sue regole ai fornitori e stabilisce il prezzo di vendita”.

lavaggio dei tessuti; abbiamo acquistato uno degli ultimi modelli di depuratori e i nostri impianti possiedono la tecnologia adatta a evitare la fuoriuscita di gas inquinanti.

Le relazioni tra le varie fasi del processo di un prodotto presentano priorità distinte?

Come si coniugano?

Tutto il processo ha un unico scopo: quello di creare e mettere in commercio un prodotto d'elevata qualità.

La Puntiblond ha saputo comprendere che tutte le fasi del processo sono importanti e che il successo di un prodotto è il risultato di una buona collaborazione tra tutti coloro che lo sviluppano.

E' d'accordo con l'affermazione che il potere si è trasferito alla distribuzione, dal momento che il consumo ha l'ultima parola e la tendenza dei prezzi al ribasso ha tolto potere alle aziende, alle marche e ai mezzi di comunicazione?

Sono assolutamente convinto del fatto che il consumatore paga il prezzo che gli si chiede e che il potere ormai lo ha preso il distributore della grande superficie, giacché impone le sue regole ai fornitori e stabilisce il prezzo di vendita.

I rapporti della Puntiblond con i produttori tradizionali di corsetteria sono uguali a quelli che ha con le marche di moda che si dedicano a produrre abbigliamento intimo? Possiedono esigenze distinte?



Tanto le esigenze quanto i rapporti sono fundamentalmente gli stessi o, almeno, molto simili. I nostri clienti chiedono qualità, tessuti innovativi e un buon servizio. La nostra meta in quanto fornitori è fornire una risposta a queste richieste.

L'importanza della R&S+I e la necessità di investire in tecnologia, per essere competitivi, sono un argomento ricorrente, ma come si canalizza e come si rende redditizio tale investimento? Come giudica il ruolo dei centri tecnologici specializzati?

I centri tecnologici, dal momento che sono ben consapevoli del significato che ha il prodotto per il consumatore, svolgono un ruolo molto positivo, sia per i produttori sia per il consumatore stesso. Alcune realtà come il CDTI e il CIDEM stanno potenziando e aiutando le aziende produttrici nei loro progetti di R&S+I; una delle loro scommesse è infatti Puntiblond che oggi investe più del 2,5% del suo fatturato in progetti di R&S+I.

Per il fatto che puntiamo molto sulla diversificazione, stiamo investendo molte risorse in vari prodotti innovativi: tessuti elastici antiscivolo (seconda pelle), tessuti con chiusura rigida, un tessuto termo-sensibile con filamenti d'argento, tessuti con micro-capsule (di Aloe Vera o insetticidi, per esempio), tessuti di microfibra per la pulizia, ecc.

