

Della Valle, più artigiani e meno finanza

Questa la ricetta del presidente e Ceo di Tod's Spa, per fronteggiare la crisi finanziaria. Che aggiunge: «Torniamo a fare i calzolari e teniamo alto il valore del made in Italy».



Diego Della Valle, presidente e Ceo di Tod's Spa, ha le idee chiare sulla crisi finanziaria e le spiega a margine della settima edizione del **Milano Fashion Global Summit**, il convegno organizzato da Merryl Lynch e *Class Editori* che si è tenuto il 25 novembre scorso all'Università Bocconi di Milano.

«La colpa», dice Della Valle, «è della finanza creativa. È impensabile che dei ragazzini, magari dopo un bicchiere di gin tonic, muovano capitali e soldi e facciano crescere o crollare titoli e, conseguentemente, aziende. La crisi non è dipesa da noi imprenditori né tantomeno dagli operai. Noi abbiamo continuato a lavorare come sempre. Ci siamo trovati in mezzo» spiega l'imprenditore marchigiano.

«Per fronteggiarla serve più artigianalità. Bisogna tornare a fare i calzolari. Lavorare ogni giorno, come si faceva un tempo, con attenzione a tutte le fasi della produzione. Perché il consumatore che acquista i miei prodotti non ha meno soldi rispetto a ieri, non è vero che non se lo può più permettere, ma è più preoccupato, e, quindi oculato nelle spese.

Invece che due, acquista un solo paio di scarpe a stagione, ma pretende che siano di qualità», aggiunge il presidente di Tod's.

Una crisi che dovrà far ripensare anche all'organizzazione delle imprese. «Dobbiamo razionalizzare i costi, avere molta cassa e magazzini leggeri e, passata la crisi, bisogna lo stesso riflettere e distinguere bene il mondo della finanza seria da quella creativa impedendo a quest'ultima di riprendere campo», spiega Della Valle, che sulla durata della congiuntura negativa è ottimista: «Secondo me la situazione si alleggerirà già

a partire dai primi mesi del 2009».

Un periodo di contrazione dei consumi che per il momento non ha toccato Tod's, il cui fatturato consolidato nei primi nove mesi del 2008 è cresciuto del 9,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente con ricavi a quota 579 milioni di euro.

«Anche l'ultima trimestrale è stata buona, e, se faremo un buon Natale, per noi sarà stato un anno ottimo» ha spiegato Della Valle. «Dopo l'11 settembre 2001 Tod's ha continuato a crescere perché fa parte di quella fascia di mercato caratterizzata da un brand che ha un'alta riconoscibilità e garantisce l'affidabilità dei prodotti. In sintesi unisce la sostanza al sogno. Questo è quello che vuole il consumatore». (Serena Burioni)