



LA CALZATURA ITALIANA E I MERCATI
ESTERI: STRATEGIE, MARKETING,
PROBLEMATICHE OPERATIVE.
IL CASO ALFIERE SPA



“chi siamo noi, chi è ciascuno di noi se non una combinazione di esperienze, d’informazioni, di letture, d’immaginazioni?”

Italo Calvino
Moltiplicità
in Lezioni Americane

1988 - Creazioni Alfiere Srl

- 4 dipendenti
- Prodotto economico commercializzato (pantofole da casa e espadrillas)
- Produzione Spagna
- Primo fatturato 1,5 miliardi di lire

1998 - Creazioni Alfieri Srl

- 15 dipendenti
- Produzione Spagna - Romania
- Design interno
- Gestione MP
- Fatturato 15 miliardi di lire

2009 Alfiere Spa

- 60 dipendenti
- Produzione Romania-India-Tunisia
- JV in India
- Vendite in 42 nazioni
- Produzione 1,1 milioni di paia
- Fatturato 32 ml €

I principali indicatori congiunturali dell'industria calzaturiera
I° Semestre 2009 Italia

Δ Q.tà prodotte gen/giu '09 **-12,1%**
Δ prezzi interni gen/giu '09 **+1,8%**
Δ prezzi esteri gen/giu '09 **+0,7%**
Capacità produttiva Giu. '09 **76%**
Consumi delle famiglie (q.tà) gen/giu '09 **-0,4%**
Consumi delle famiglie (spesa) gen/giu '09 **-1,1%**
Esportazioni (q.tà)* (genn/maggio '09) **-16,0%**
Esportazioni (valore)* (genn/maggio '09) **-14,6%**
Importazioni (q.tà)* (genn/maggio '09) **-15,5%**
Importazioni (valore)* (genn/maggio '09) **+5,5%**

AZIENDE/ADETTI (giugno 2009)

Calzaturifici

N° aziende 6.120 (-143 su Dic.2008; -2,3%)

N° addetti 84.079 (-1.839 su Dic.2008; -2,1%)

Il contesto del distretto marchigiano

- 4 provincie
- 2800 aziende
- totale addetti 35000
- addetti indotto 5000
- fatturato totale 2008 (pelli e cuoio) 2,8*
- export calzature 2008 - 1,63*

* miliardi di €

Competizione: prodotto o servizio?

- la competizione si basa sulla capacità di attrarre il cliente
- distribuzione come leva strategica
- logistica elemento di competitività
- produrre vicino ai mercati
- delocalizzazione o internazionalizzazione?

le nostre leve di MKT

- Prodotto: rinnovare senza stravolgere
- Prezzo: rispecchiare la qualità attesa
- Processo: investire in tecnologia
- Pubblicità: comunicare i valori del brand

Le nostre leve di MKT

mission

forza vendite

segmentazione

posizionamento

valore del marchio

Le nostre leve di MKT

mission

... votata al servizio al cliente (Trade), ad una politica di Prodotto competitivo e di rapporto Prezzo/Qualità particolarmente attraente (in grado di garantire alta marginalità alla distribuzione).

Le nostre leve di MKT

forza vendite

- **Mercati core** € Italia, Europa occidentale;
- **Canali distributivi** € 8 agenti in Italia, 12 in Europa occidentale, Russia e Turchia. 5 distributori in Italia più altri 10 nel resto del mondo (Danimarca, Canada, Nuova Zelanda, Australia, America, Giappone, Irlanda, Francia, Norvegia). Ripartizione geografica, agenti plurimandatari.
- **Numero clienti per canale distributivo** € I primi 6 agenti per fatturato rappresentano l'80% delle vendite. Il numero medio è di circa 50 clienti per agente;
- **Percepito di immagine** € In Italia non è ancora chiaro il percepito di immagine dell'Azienda. L'immagine storica di marchio economico di buona qualità deve essere modificato data la nuova strategia della società. All'estero il marchio è più affermato e riconosciuto come linea bella e di qualità, "casual" e alla moda.

Le nostre leve di MKT

segmentazione

- Distribuzione su più canali
- GDO (private label)
- Dettaglio (KHRIO')
- Catene (KHRIO')

Le nostre leve di MKT

posizionamento

- estivo: 49-79 €
- invernale: 59-129 €
- La donna Khriò è una donna moderna, dinamica, amante dello sport e delle relazioni sociali, informata e consapevole delle proprie scelte
- Età 30/45 anni

Le nostre leve di MKT

valore del marchio



An advertisement for Khrio shoes. A woman with dark hair is wearing a bright red, textured, long-sleeved tunic, black leggings, and tall, grey suede boots. She is also wearing red fingerless gloves. The background is a light purple gradient. In the top right corner, it says 'Kay Rush for' above a purple circle containing the 'KHRIÒ' logo. At the bottom, a purple banner contains the text 'women's shoes Khrio' and 'www.khrio.com'. The slogan 'WALK THE WORLD WITH US' is written in large red letters across the bottom of the image. A small vertical text 'Vignola/Qualibest' is visible on the left edge of the ad.

www.khrio.com