



CONFINDUSTRIA ANCONA



02 marzo 2010
Prot. 753 - CLUB

"Alle otto della sera"

***"Come crescere in un momento di crisi?
Il caso della Paciotti S.p.A."***

La crisi dei mercati internazionali ha spinto le aziende a riflettere seriamente sul proprio futuro e ad interrogarsi su quali strategie adottare per tornare il prima possibile ad una condizione di crescita.

Ci sono aziende che credendo nella ripresa, anche se lenta ed incerta, hanno continuato ad investire, innovare, aprire nuovi canali commerciali e diversificare il prodotto o servizio offerto.

VENERDI' 12 MARZO 2010, ORE 20.00

presso la nostra sede di Via Roberto Bianchi, Z.I. Baraccola, Ancona

avremo ospite la **Paciotti S.p.A.**, azienda leader nella produzione di calzature di alta gamma che da oltre 60 anni esprime al meglio l' "Italian Style" basato su un mix unico dove qualità ed eleganza vengono perfettamente unite ad un gusto contemporaneo.

La forte attenzione al tema dell'innovazione e della ricerca ha portato l'azienda a sperimentare continuamente nuove tecniche produttive, nuovi materiali e nuove tipologie di prodotto, tutti contraddistinti dall'inconfondibile stile Paciotti.

Paciotti è proprio un esempio di azienda che ha trovato nella diversificazione del business la propria strategia di crescita e di superamento della crisi.

Saranno presenti **Cesare Paciotti**, Presidente della Paciotti Spa, **Massimo Calcinaro**, Responsabile Affari Legali Paciotti Spa e **Roberto Elisei**, Direttore Generale Paciotti Spa, nell'ambito degli incontri "Alle otto della sera".

Come consuetudine, l'incontro sarà preceduto da un aperitivo buffet al quale vi aspettiamo a partire dalle ore 19.00.

In allegato troverete la scheda di adesione che vi preghiamo di restituire ai nostri uffici.

Giuseppe Casali
Presidente Confindustria Ancona
(originale firmato agli atti)

Marco Cantori
Presidente Club della Qualità
(originale firmato agli atti)

CESARE PACIOTTI

I successi della PACIOTTI S.p.A. altro non sono che il risultato di una politica di marchio e di prodotto intrapresa all'inizio degli anni 80 da Cesare Paciotti che trasponendo i suoi nuovi concetti, idee ed ispirazioni nella cultura artigianale marchigiana, ha saputo dare nuova vita alle classiche calzature PARIS, in cui la classicità inglese era resa più accattivante dal brio del gusto francese, scarpe da uomo che suo padre Giuseppe e sua madre Cecilia iniziarono a produrre 60 anni fa. *“Veramente poche aziende, specie nel mondo della moda, possono vantare una storia tanto lunga e credo di aver saputo rendere onore, insieme a mia sorella che cura la parte amministrativa e finanziaria della società, a quello che i nostri genitori, scomparsi l'uno prematuramente e l'altra recentemente, dopo una vita trascorsa in azienda, ci hanno lasciato”*. Dalle scarpe classiche alla borsa più innovativa, per conquistare stars come Paris Hilton e Sienna Miller con le sue borse gioiello *Ebe* e le *Boogie bag*, un cammino che parte dalle prime scarpe “di moda” da uomo, seguite dalle sexy “tacco 110”, agognate da ogni donna, cui si aggiungono borse, una collezione di abbigliamento intimo, occhiali, gioielli ed orologi pubblicizzati in tutto il mondo da affezionati clienti del mondo del cinema quali Bruce Willis e del jet set; ma il mondo Paciotti non è solo quello che vediamo sfilare sui *red carpet* dei più importanti eventi e manifestazioni: con la creazione della *“CESARE PACIOTTI 4US”*, si è adottato l'acronimo inglese *“per noi”*, per una linea con la quale Cesare Paciotti ha voluto creare, partendo da sneakers di moderna ispirazione, ma dalla realizzazione artigianale, un total look, che comprende jeans, abbigliamento, borse, occhiali, gioielli ed accessori, appunto *“per noi tutti”*: per ogni momento della giornata. Cesare Paciotti non solo è riuscito ad esportare i suoi prodotti in tutti i mercati, ma vuole accogliere i suoi clienti di tutto il mondo nelle sue boutique, in modo da far loro sentire tutta l'atmosfera del mondo PACIOTTI, in ambienti che sappiano rendere al meglio e far sentire al cliente finale il feeling dei suoi prodotti e della filosofia che li ispira, ponendo naturalmente una particolare attenzione al retail, con l'apertura di nuove boutique che sapranno testimoniare lo stesso gusto, in 14 città italiane, 7 capitali europee, tra cui la ultima Sofia, come a Los Angeles, Miami e New York, altre 8 nei paesi del Golfo Persico, e 6 nel Far East, cui se ne aggiungeranno altre 4 entro la fine dell'anno. Naturalmente un investimento nel retail e nell'apertura di nuove boutique monogriffe, non è legato esclusivamente al voler far sentire *“dentro il mondo Paciotti”* i suoi clienti, infatti l'inaugurazione di una nuova boutique CESARE PACIOTTI è testimone della richiesta di acquistare con la certezza di comprare una grande griffe nella location adatta, con responsabili alla vendita preparati che sappiano far percepire al cliente finale di tutto il mondo, che il valore del *Made in Italy* non si limita alla realizzazione del prodotto, ma che deve essere ed è, nel caso di CESARE PACIOTTI, una filosofia che copre tutta la vita del prodotto, senza terminare con l'uscita dal negozio. Questa filosofia di stile, che è testimoniata dalle boutique delle vie del centro di tutto il mondo, è solo la punta dell'*“Iceberg Paciotti”*, infatti quello che vediamo in TV, sui giornali e nelle vie del centro è il risultato di un processo di ideazione, produzione, distribuzione e vendita appunto mirato ad ottimizzare il risultato finale proprio perché scaturito con la stessa filosofia di ottimizzare il bello che il risultato finale trasmette. Proprio la traduzione di una filosofia, di uno stile ha portato la Paciotti a non voler, ne poter più limitare la propria attività alle scarpe o a quanto ne fosse direttamente o indirettamente influenzato, ma trasmettere quello stile tanto apprezzato attraverso la diversificazione del prodotto, piuttosto che all'ampliamento del target, target che in seguito alla politica di qualità che sempre ha istruito il mondo Paciotti non può essere indirizzato diversamente. Quest'ultimo è il concetto alla base della scelta della PACIOTTI S.p.A. indirizzata, come sopra anticipato, alla diversificazione del prodotto offerto, ma si tratta di un ampliamento dell'offerta sviluppata in senso orizzontale e non verticale: la Paciotti non ha scelto di offrire anche prodotti più accessibili perché più economici, in quanto realizzati con minor cura nelle materie prime e nelle lavorazioni, ma certa del processo di fidelizzazione che quanto finora prodotto ha creato nei suoi clienti, ha voluto ed i risultati ci dicono che HA SAPUTO far trovare al suo cliente quella qualità e attenzione al dettaglio, quella filosofia di ideazione, produzione e vendita, che una volta lo stesso cliente cercava solo nelle sue scarpe.

SCHEDA DI ADESIONE

Incontro sul tema

**“Come crescere in un momento di crisi?
Il caso della Paciotti Spa”**

VENERDI' 12 MARZO P.V., ORE 20.00
presso la nostra sede di Via R. Bianchi - Z.I. Baraccola, Ancona

Azienda _____

Cognome e Nome _____

Cognome e Nome _____

Cognome e Nome _____

Cognome e Nome _____

Cognome e Nome _____

Data _____

(inviare via e-mail a clubqualita@confindustria.an.it o via fax al n. 071.2866784)

Consenso al trattamento dei dati personali ai sensi del D. Lgs. N. 196/03

I sottoscritti, ricevuta l'informativa di cui all'art. 13 del D. Lg. N.196/03, autorizzano la segreteria del Club delle Qualità di Confindustria Ancona ad utilizzare i sopra riportati dati personali per le finalità connesse all'organizzazione delle iniziative formative promosse dal Club, per l'invio di materiale promozionale su iniziative future e per assolvere agli obblighi di natura contabile, civilistica e fiscale derivanti dall'attività del Club. Ci è noto che potremo esercitare in qualunque momento tutti i diritti previsti dall'art. 7 del D. Lgs n.196/03, rivolgendoci direttamente a Confindustria Ancona – Club della Qualità (clubqualita@confindustria.an.it).