

ECONOMIA Calzaturificio con 40 addetti
**La Lady Shoes di Certaldo
 vince il «Web award»
 alla fiera Micam di Milano**

La Lady Shoes di Certaldo ha vinto il «Web Award» messo in palio da Exopage durante il Micam, l'esposizione internazionale della calzatura che si chiude domani alla Fiera di Milano. L'azienda valdelsana è stata scelta sulla base di tre parametri: il numero di visite allo stand virtuale (presente sul portale di Fiera Milano), la preferenza espressa dai visitatori dello stesso portale e il voto di una giuria composta, oltre che dall'amministratore delegato di Exopage Sebastian Kuester, da importanti nomi del mondo della comunicazione multimediale.

Il riconoscimento è la testimonianza degli sforzi che le medie piccole aziende del settore calzaturiero, esposto a una feroce concorrenza asiatica, sono chiamate a fare con investimenti sul fronte della ricerca e del design, della promozione, del marketing, per reggere l'urto delle imprese cinesi e vietnamiti, che producono a costi bassissimi e godono di sovvenzioni di Stato. Lady Shoes dà lavoro a una quarantina di addetti, il fatturato oscilla sui 35 milioni di euro e la produzione viene venduta per circa l'80% all'estero — in Europa soprattutto — e per il restante 20% in Italia. L'azienda sta tenendo bene sul fatturato e sulla redditività. Il lavoro insomma non manca e le aspettative per i prossimi mesi sono confortanti. Nata all'inizio degli anni '80 ad opera di Ivo Talluri, l'impresa è via via cresciuta arrivando a produrre l'intera gamma di calzature donna, con una capacità produttiva giornaliera di circa 5 mila paia di scarpe.

I dati presentati al Micam danno l'idea dell'onda d'urto che sta premendo sui calzaturifici italiani. Nel primo semestre di quest'anno il comparto ha perduto 3600 posti di lavoro (179 calzaturifici hanno chiuso), la produzione è scesa del 2,3%, l'export è calato del 3,5%. Il saldo del settore resta comunque attivo, ma è in discesa del 6,9% rispetto allo stesso periodo del 2005. Nonostante i dazi provvisori introdotti dalla Ue, le importazioni continuano a crescere. Quelle dalla Cina sono aumentate del 31% nei primi sei mesi del 2006. L'Anci (associazione dei calzaturifici) continua a chiedere misure europee contro il dumping asiatico. Tra queste l'introduzione del 'made in', un'etichetta obbligatoria che dica dove è stato prodotto un articolo. Ma i Paesi del Nord Europa frenano, perché loro hanno le catene della grande distribuzione che hanno tutto l'interesse a comprare in Cina, a prezzi stracciati, per poi ricaricare i listini e rivendere nella stessa Europa.

S.V.

