



# -A-R-S-U-T-O-R-I-A-

468



**SERENA CECCHINI DESIGN**

Shoes & Bags Collections from Micam Mipel - Design Inspiration from Historical Archives - Making of Arsutoria School

## "FORESTALI IS SO FLEXIBLE TO SERVE EVEN SMALL MARKET NICHES"

*Getting to know a company through the people who are part of it is an excellent sieve to identify its values, potential and prospects. Our journey in Forestali continues with Gioele Altana, leather goods manager for the Italian market responsible for the furniture and repair sectors.*



GIOELE ALTANA

Gioele Altana's first commercial experience takes place in a completely different sector at Unical - a company of the Buzzi Unicem group - with a strong technical role in concrete-based products. Gioele's father, who works at Forestali, introduces him to engineer Guido Cami who convinces him to join the family based in Mercatello con Casone. 10 years have passed since then.

### **What attracted you to Forestali?**

"Undoubtedly the potential of the company, but also, in particular, its flexibility: being able to develop new projects in a relatively short time having within it the strength of a technical department, a laboratory and a Research & Development department that few can boast. I felt it would be a challenge, but also that I would have excellent weapons at my disposal to win it.

Moreover, coming from a very large and structured industrial reality, I was amazed to see that Forestali, despite not being the classic small owner company, has a very high speed response to market needs".

### **What was your mission as soon as you arrived at the company?**

"First of all, I was chosen to develop the leather goods market. A real challenge for me as I was coming from a completely different sector. A challenge highlighted by the fact that when I joined Forestali the leather goods segment already existed, but it was marginal compared to other businesses. The vision was to dedicate a person to leather goods which, despite the points of contact with the footwear world, has different needs and deserved the development of ad hoc products and services".

### **What convinces you to stay at Forestali today?**

"The advantage of Forestali, despite its over 100 years of history and therefore an extremely consolidated product line, is to always take into consideration the market niches that others neglect, such as, for example, the world of footwear repair service, which is extremely fragmented, specialised, with very particular needs, and with a very high technical preparation. Forestali was able to approach this world, to collaborate with operators in the sector, with sole factories and producers, to study the most indicated to use. Flexibility and depth in dealing with the various problems that I believe only few can offer".

### **Other features of Forestali that distinguish it?**

"Undoubtedly the historicity of a company recognised by all as reliable. The consolidated sales network and, therefore, a very strong presence in the area. Two aspects that allow us to present new products starting from an important basis of trust on customer side.

Finally, Forestali has the enormous advantage of operating in even very different industries, which allow it to exploit the experience gained in other wide-ranging fields. This often leads us to develop studies and research that even anticipate the needs of some sectors. We did this by starting well in advance with the production of water-based adhesives, as well as with the line of GRS-certified, recycled or biodegradable reinforcement materials".

### **How have you seen the leather goods sector evolve in these 10 years?**

"I have seen small production companies disappear, absorbed by larger companies and which, in turn, work mainly for luxury brands.

The other decisive market trend of recent years is, of course, the pervasive attention to environmental issues. Whether we are talking about adhesives or reinforcements, the first question concerns the sustainability level of a product. It is an essential discriminant".

### **Has the renewed attention to the environment affected your market proposals?**

"If ten years ago many 10 kg glue baskets were still used, today we prefer to use 5 kg bags in boxes, which have various advantages such as, for example, a reduction in residual waste and a better ease of managing the empty packaging (baskets are not

collapsible and take up a lot of space). An evolution that led Forestali to develop a new adhesive distribution system that includes returnable tanks of 50 or 100 kg, which optimise both production downtime and disposal costs, as well as the use of the complete adhesive".

**Focusing on the market, what options do you have to win new customers?**

"We try never to develop products similar to others or which are already present on the market, but to anticipate customer needs by proposing solutions that in terms of bonding, performance, or working cycle can solve the new problems that arise in companies. On the other hand, we try to forge relationships and collaborations with the manufacturers of machinery intended for depositing the adhesive. As soon as innovations are proposed, we study solutions suitable for new technologies. Since solvent-based adhesives disappear ever more and application processes are increasingly automated, many new machines have been built and adhesives have had to adapt accordingly. We try to be ready and proactive, in order to stay ahead of the competition".

## "FORESTALI È TALMENTE FLESSIBILE DA SERVIRE ANCHE PICCOLE NICCHIE DI MERCATO"

*Conoscere un'azienda attraverso le persone che ne fanno parte è un ottimo setaccio per individuare valori, potenzialità e prospettive. Il nostro viaggio in Forestali prosegue con Gioele Altana, responsabile pelletteria per il mercato italiano con delega ai settori arredamento e riparazione.*

La prima esperienza commerciale di Gioele Altana si svolge in un settore completamente diverso presso la Unical - società del gruppo Buzzi Unicem - con un ruolo a forte carattere tecnico su prodotti a base calcestruzzo.

Il padre di Gioele, che lavora in Forestali, gli presenta l'ingegner Guido Cami che lo convince a far parte della famiglia di Mercallo con Casone. Da allora sono passati 10 anni.

**Cosa l'ha attratta di Forestali?**

"Senza dubbio le potenzialità dell'azienda, ma anche, in particolare, la sua elasticità: l'essere in grado di sviluppare progetti nuovi in tempi relativamente brevi avendo al suo interno la forza di un reparto tecnico, di un laboratorio e di un settore Ricerca e Sviluppo che pochi possono vantare. Sentivo che sarebbe stata una sfida, ma anche che avrei avuto a disposizione delle ottime armi per vincerla.

Venendo, poi, da una realtà industriale molto grande e strutturata, mi ha stupito come Forestali, nonostante non sia la classica piccola azienda padronale, abbia una altissima velocità di risposta alle esigenze del mercato."

**Qual è stata la sua mission appena arrivato in azienda?**

"Sono stato scelto prima di tutto per sviluppare il mercato della pelletteria. Una vera sfida per me che provenivo da tutt'altro settore. Una sfida rimarcata dal fatto che quando sono entrato in Forestali il segmento pelletteria già esisteva, ma era marginale rispetto ad altri business. La visione era quella di dedicare una persona alla pelletteria che, nonostante i punti di contatto con il

mondo della calzatura, presenta esigenze diverse e meritava lo sviluppo di prodotti e servizi ad hoc."

**Cosa la convince oggi a rimanere in Forestali?**

"Il vantaggio di Forestali, nonostante i suoi oltre 100 anni di storia alle spalle e quindi una linea di prodotti estremamente consolidata, è quello di prendere sempre in considerazione anche le nicchie di mercato che altri trascurano, come, per esempio, il mondo della riparazione calzaturiera, estremamente frammentato, specializzato, con esigenze molto particolari, e dall'altissima preparazione tecnica. Ecco, Forestali è stata in grado di apprezzare questo mondo, di collaborare con gli operatori del settore, con i solifici e i produttori, per studiare i ritrovati più indicati da utilizzare. Una flessibilità e una profondità nell'affrontare le diverse problematiche che credo pochi possono proporre."

**Altre caratteristiche di Forestali che la distinguono?**

"Senza dubbio la storicità di un'azienda da tutti riconosciuta come affidabile. La rete di vendita consolidata e, quindi, una presenza sul territorio molto forte. Due aspetti che consentono di presentare nuovi prodotti partendo da una importante base di fiducia da parte della clientela.

Infine, Forestali presenta l'enorme vantaggio di operare in diversi settori, anche molto diversi tra loro, che le consentono di sfruttare ad ampio raggio le esperienze maturate in altri campi. Il che ci conduce spesso a sviluppare studi e ricerche che addirittura anticipano le esigenze di alcuni settori. Lo abbiamo fatto partendo in largo anticipo con la produzione di adesivi a base acqua, così come con la linea di materiali di rinforzo certificati GRS, riciclati o biodegradabili."

**Come ha visto evolversi il settore della pelletteria in questi 10 anni?**

"Ho visto sparire le piccole realtà produttive, assorbite da realtà più grandi e che, a loro volta, lavorano in prevalenza per le firme del lusso.

L'altra tendenza di mercato decisiva di questi anni è, ovviamente, l'attenzione pervasiva per le tematiche ambientali. Che si parli di adesivi o di rinforzi, la prima domanda riguarda il livello di sostenibilità di un prodotto. È una discriminante imprescindibile."

**La rinnovata attenzione per l'ambiente ha inciso sulle vostre proposte al mercato?**

"Se dieci anni fa si usavano ancora tanti canestri di colla da 10 kg, oggi si preferisce utilizzare sacchetti, bag in box da 5 kg, che presentano diversi vantaggi come, per esempio, una riduzione degli scarti residui e una miglior facilità di gestire gli imballaggi vuoti (i canestri non sono collassabili e occupano molto spazio). Un'evoluzione che condotto Forestali allo sviluppo di un nuovo sistema di distribuzione degli adesivi che prevede serbatoi a rendere da 50 o 100 kg, che ottimizzano sia i tempi di fermo in produzione, che i costi di smaltimento, così come l'utilizzo di praticamente tutto l'adesivo."

**Concentrandosi il mercato, quali spunti utilizzate per conquistare nuovi clienti?**

"Cerchiamo di non sviluppare mai prodotti simili ad altri e già presenti su piazza, ma di anticipare le esigenze dei clienti proponendo soluzioni che a livello di incollaggio, performance, o ciclo lavorativo possano risolvere i nuovi problemi che si presentano alle aziende. D'altro canto, cerchiamo di stringere relazioni e collaborazioni con i produttori di macchinari preposti a depositare l'adesivo. Appena vengono proposte delle innovazioni, studiamo soluzioni adatte alle nuove tecnologie. Scomparendo sempre più l'adesivo a solvente e automatizzandosi sempre più i processi di applicazione, molte nuove macchine sono state costruite e gli adesivi hanno dovuto adattarsi di conseguenza. Noi cerchiamo di essere pronti e propositivi, anticipando la concorrenza."



INDUSTRIE  
C HIMICHE  
F FORESTALI



INVISIBLE  
POWER



INDUSTRIE C HIMICHE F FORESTALI S P A



DURABOND



Via Flli Kennedy, 75 - 20010 Marcallo con Casone (MI) - ITALIA - Tel.(+39)-02-972141 - Fax. (+39)-02-9760158

[www.forestali.com](http://www.forestali.com) - [forestali@forestali.com](mailto:forestali@forestali.com)