

Ecotan
Shoes

FIT FOR REBIRTH

THE SHREDDABLE SNEAKER THAT FEEDS THE PLANET

www.ecotanleather.com

SILVATEAM

"AT FORESTALI, I FOUND A YOUNG AND DYNAMIC ENVIRONMENT"

Getting to know a company through the people who are part of it is an excellent way to identify its values, potential and prospects. Our journey through Forestali begins with Stefano Molinari, Foreign Sales Manager.



STEFANO MOLINARI

Stefano Molinari entered the world of work thirty years ago, working in the textile industry for furniture companies. This experience was followed by the world of synthetic materials and the encounter with the footwear industry. During his time at Giovanni Crespi, he met en-

gineer Guido Cami, who called him to work for Industrie Chimiche Forestali - 140 employees, a turnover of around 75 million euros, 70% of which is outside Italy. The company operates in the sector of textiles and adhesives for footwear, leather goods, automotive and furniture companies.

What convinced you to become part of the Forestali project?

"When I first went to Forestali, I was impressed by how clean and tidy it was everywhere, but I was less convinced by the type of products: they were very technical and it was clear that aesthetics did not matter compared to the articles I was used to dealing with. However, this initial uncertainty turned out to be the main motivation that prompted me to embrace the project: to build a commercial proposal based on performance and on products designed to give robustness and solidity to the articles that "contain" them.

My professionalism had to change radically: from telling the story of the product, which could more or less be pleasing, to working with my production colleagues to obtain the performance required by the customers."

What aspects of Forestali convinced you to remain loyal to this company for so many years?

"First and foremost, the people: it is a young and dynamic company, the mentality is very open, and this definitely comes from the management that has been able to build a spirit devoted to innovation, not at all hierarchical and bureaucratic, within which problem-solving is the main value.

Another fundamental aspect is the respect for people and the environment, which have been part of Forestali's DNA since the days when these issues were not yet talked about. The care and attention that goes into preventing any risk and dealing with critical issues is a philosophy that I share as a person and as a professional.

Finally, there is the issue of security: working in a healthy and profitable company undoubtedly reassures and pushes you to give your best. I have glimpsed, and even invested a little, in the potential of this company which, by following many different markets, always finds new and interesting business opportunities."

How has the footwear and leather goods sector evolved over the last decade?

"The relocation of mid-range production to China is undoubtedly the most significant event I have seen happen since I have been with Forestali. In the last period, this push has changed the forces in the field and China itself has shifted its manufacturing production, which the government probably does not consider 'rich' enough, to other countries such as Vietnam and Indonesia, for the sports sector, or to India, for traditional footwear and leather goods."

Which sectors are reacting best to the difficult years we are going through?

"Right now, even though we are vigorously fighting unexpected double-digit price increases, several market segments are doing well. I often hear people say that the mid-range has disappeared: I don't think so, but it seems to me that those who have not been able to build a strong, recognisable brand over the years have not resisted. It's certainly unpredictable what will happen now, following the war in Ukraine which, I believe, luxury brands will have to contend with."

What about types of products?

"I would say that it is now clear that the sports world is not a bubble, but a trend that is destined to stay. You would have thought that after being confined indoors for so long, the desire for high heels would have overtaken every other trend, but that hasn't happened. Or at least, the sports style has made such a big splash that it's not going away now, both in the footwear and leather goods sectors. An informal style that, when adapted, is convincing and also meets the standards of luxury."

"IN FORESTALI HO TROVATO UN AMBIENTE GIOVANE E DINAMICO"

Conoscere un'azienda attraverso le persone che ne fanno parte è un ottimo setaccio per individuarne valori, potenzialità e prospettive. Il nostro viaggio in Forestali si apre con Stefano Molinari, responsabile commerciale estero.

Trent'anni fa Stefano Molinari entra nel mondo del lavoro operando nel settore tessile per aziende che si occupano di arredamento. A quell'esperienza fa seguito il mondo dei materiali sintetici e l'incontro con il settore calzaturiero. Durante l'esperienza in Giovanni Crespi conosce l'ingegner Guido Cami, sarà lui a chiamarlo a lavorare per Industrie Chimiche Forestali - 140 dipendenti, un fatturato di circa 75 milioni di euro di cui il 70% fuori dai confini nazionali, che opera nel settore dei tessuti e degli adesivi per i settori calzature, pelletteria, automotive e arredamento.

Cosa l'ha convinto a far parte del progetto Forestali?

"Il mio primo tour in Forestali mi colpì per la pulizia e l'ordine che si percepivano ovunque, ma fui meno convinto dalla tipologia di prodotti: erano molto tecnici ed era chiaro che l'estetica non aveva importanza rispetto agli articoli di cui mi ero sempre occupato. Questa prima incertezza però si è rivelata la motivazione principale che mi ha spinto ad abbracciare il progetto: costruire una proposta commerciale basata sulle performance e su prodotti nati per dare robustezza e solidità agli articoli che "li contengono". La mia professionalità è dovuta cambiare radicalmente: dal racconto di prodotto, che poteva più o meno piacere, al lavorare con i colleghi della produzione per ottenere le prestazioni richieste dai clienti."

Quali aspetti di Forestali l'hanno convinto a restare fedele per tanti anni a questa azienda?

"Le persone prima di tutto: è un'azienda giovane e dinamica, la mentalità è molto aperta, e questo deriva senza dubbio dalla dirigenza che ha saputo costruire uno spirito votato all'innovazione, per nulla gerarchico e burocratico, all'interno del quale il problem solving è il valore principale."

Altro aspetto fondamentale è il rispetto delle persone e dell'ambiente che fanno parte del DNA di Forestali, fin dai tempi in cui di queste problematiche ancora non si parlava. La cura e l'attenzione con cui si vuole prevenire qualsiasi rischio ed affrontare le criticità è una filosofia che condivido come persona e come professionista.

Infine, c'è un tema di sicurezza: lavorare in un'azienda sana e profittevole senza dubbio rassicura e spinge a dare il meglio. Ho intravisto, e un poco anche investito, nelle potenzialità di questa società che, seguendo molti e diversificati mercati, trova sempre nuove e interessanti opportunità di business."

Come si è evoluto il settore calzature e pelletteria nell'ultima decade?

"La delocalizzazione verso la Cina delle produzioni del medio di gamma è senza dubbio l'evento più rilevante che ho visto accadere da quando sono in Forestali. Nell'ultimo periodo questa spinta ha modificato le forze in campo e la Cina stessa ha spostato la produzione manifatturiera, che probabilmente il Governo non ritiene abbastanza "ricca", verso altri Paesi come Vietnam e Indonesia, per la parte sportiva, o verso l'India, per quel che concerne la calzatura tradizionale e la pelletteria."

Quali comparti stanno reagendo meglio agli anni difficili che attraversiamo?

"In questo momento, nonostante i lotti vigorosamente contro inattesi aumenti di prezzo a doppia cifra, diversi segmenti di mercato stanno lavorando bene."

Spesso sembra dire che la fascia media è scomparsa: io non credo sia così, mi sembra, invece, che non abbia resistito chi, negli anni, non è stato capace di costruire un marchio forte e riconoscibile.

È certo imprevedibile cosa accadrà ora, a seguito della guerra in Ucraina con cui, credo io, i marchi del lusso si troveranno a dover fare i conti."

Rispetto alle tipologie di prodotto?

"Direi che è ormai chiaro come il mondo dello sportivo non sia una bolla, bensì un trend destinato a rimanere. Si pensava che, dopo essere stati costretti in casa per tanto tempo, la voglia di tacco alto avrebbe sbaragliato ogni altra tendenza, ma non è accaduto. O per lo meno, lo sportivo ha fatto così tanto breccia che ora non passa la mano, sia nel comparto calzatura come nella pelletteria. Uno stile informale che, se adattato, convince e sposa anche i canoni del lusso."





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 - forestali@forestali.com