



“
la virtù come filosofia di vita, ovvero il concetto di “nuova azienda” libera da obsoleti metodi organizzativi che per il suo successo punta, oltre che nell’investimento, sulla struttura a livello commerciale, anche e soprattutto sulle risorse umane.”
”

MAURO MARINELLI



IN PRIMO PIANO MARINELLI SRL

Mauro Marinelli ha respirato aria imprenditoriale sin da piccolo, in effetti oggi, manager di successo a capo della società che ha fondato e cui è a capo, non tralascia la preziosissima eredità di famiglia incentrata sulle cosiddette “buone pratiche” che si traducono in concreto nello spirito di sacrificio, nel senso del dovere e nell’affidabilità. Forte della scuola di vita appresa dai suoi genitori (che sono stati i fondatori di un’azienda nata a cavallo fra gli anni ‘80/’90 specializzata nella produzione di articoli sportivi per grandi case leader di allora in campo nazionale) Mauro gestisce infatti magistralmente un impero commerciale legato alla promozione di alcuni marchi fra i più apprezzati in campo internazionale. Ed è proprio grazie alla sua intuizione, se la società acquisisce in pochi anni una sua fortissima identità caratterizzandosi come “unica” per caratteristiche e competenze. La strategia di avvicinarsi al modello organizzativo delle grandi case americane e soprattutto l’apertura ai mercati asiatici, nel 2000, periodo nel quale si reca in Cina spinto dalla necessità di produrre ed esportare all’estero, è risultata vincente in quanto gli ha consentito di capire quanto fosse importante rivedere la struttura dell’azienda affinché acquisisse quelle caratteristiche di funzionalità e flessibilità che si sono poi rivelate essere lo scatto di vantaggio rispetto ai suoi competitor. La **Marinelli Srl** rappresenta una realtà moderna e virtuosa nel panorama calzaturiero nazionale: il giovane management, le innovative strategie commerciali e distributive, fanno sì che essa sia un punto di riferimento importante per agenti e clienti, un partner serio e propositivo. Mauro, una figura carismatica e dinamica, coinvolta direttamente nella gestione quotidiana, è affiancato da due responsabili commerciali oltre che dall’ausilio di un customer service che mette a disposizione della clientela professionalità e cortesia, di un ufficio estero, di un ufficio stile ed infine di un ufficio amministrativo. Quindici dipendenti, impiegati in varie aree di competenza che assolvono alle proprie mansioni con spirito di grande responsabilità e comunione di intenti con il giovane dirigente che ha introdotto in azienda il concetto di flessibilità come prioritario nei rapporti con il team di lavoro, costituito essenzialmente da donne. La società di distribuzione forte, stabile e ben piazzata sul mercato italiano gli consente di essere presente su tutto il territorio nazionale con 12 agenzie, alcune delle quali, tra le più importanti del panorama italiano in quanto specializzate “*I nostri agenti hanno un’importante preparazione tecnica sul prodotto – ci dice Mauro – e ciascuna agenzia vanta un proprio show room interamente dedicato ai nostri brand. Grazie a questa rete vendita capillare e competente, possiamo contare su un pacchetto di 800 clienti omogeneamente dislocati in ambito nazionale; siamo dunque in grado di raggiungere vari tipologie di negozi*”. La Marinelli ha acquisito 9 brand in licenza: **CAT**, calzature, abbigliamento e accessori fashion e industrial (il primo dei grandi marchi avuto in concessione); **DUNLOP**, calzature fashion per i giovani; **RIFLE**, licenza del marchio per la produzione di calzature e la commercializzazione sul territorio nazionale ed internazionale; **WORLD WALKER by BIRKENSTOCK** (2° linea ufficiale); **HUSH PUPPIES**, (a partire dall’autunno-inverno 2009) calzature confortevoli per un cliente adulto ed esigente che non rinuncia ai capricci della moda; **DOCKERS SAN FRANCISCO** di proprietà della **LEVI’S** statunitense per la valigeria, **CROSS JEANWEAR CO.** e **CUCHE FOOTWEAR**, l’originale ed innovativo marchio inglese nato nel 2004 e gestito dalla **Wolverine World Wide** tenuto a battesimo dalla Marinelli lo scorso luglio. “*La notorietà nel mercato è stata acquisita con grande strategia e determinazione - ci spiega - selezionando di volta in volta veicoli promozionali idonei al fine (ovvero in relazione al target ed ai Paesi di riferimento), cioè attraverso notevoli investimenti pubblicitari, essendo presenti alle più importanti fiere nazionali ed europee come il Pitti Immagine Uomo (Firenze) e Micam (Milano) oltre che una forte presenza su riviste specializzate (GQ, Sport Week, ...), non ultimi, l’utizzo di cartellonistica nei principali capoluoghi di provincia, la presenza sulle reti televisive (ad esempio Sky) ed i POS nei punti vendita che rappresentano una forma di marketing molto diretta nei confronti del consumatore finale. Per nulla trascurabile poi la promozione attraverso il web, nota assolutamente degna di merito, sulla quale ho puntato sin dall’inizio del mio percorso per affermare i prodotti in ambito internazionale. La conferma del successo di tali investimenti – continua – è stata sottolineata dall’ottenimento nel 2006 del premio come miglior distributore mondiale per lo sviluppo e promulgazione del marchio da parte della Wolverine World Wide, l’azienda americana leader a livello mondiale nel settore calzature e proprietaria del marchio CAT*”. Ogni marchio per la Marinelli deve acquisire una propria, forte, identità ed essere veicolata in funzione di criteri precisi oltre che tenendo conto dei mercati emergenti in cui sia opportuno essere presenti in maniera incisiva “*L’interesse è principalmente rivolto ai Paesi in via di sviluppo in cui si intravedono grosse potenzialità: la Cina innanzi tutto dove abbiamo in cantiere l’apertura di 40 punti vendita - conclude Mauro - il Brasile, dove siamo già presenti con una struttura in cui sono in distribuzione tutti i nostri marchi, l’India e la Russia sulla quale nutriamo alcune perplessità in relazione alla crisi che l’ha investita, ma sulla quale puntiamo comunque la nostra attenzione*”.

www.marinellisrl.com

www.donnaimpresa.com

41