

## **pantaleo pagliula un consorzio per l'abbigliamento**

Rappresento un Consorzio di imprese al quale aderiscono, in qualità di soci, 33 aziende della Provincia di Lecce operanti nel settore dell'abbigliamento, delle calze e delle cravatte.

Come ben si conosce, il tessile-abbigliamento nel Salento è il settore che dà più occupazione, ha un saldo attivo per l'esportazione vivendo pienamente la globalizzazione e senz'altro anche nei prossimi anni legherà il suo destino a quello economico ed occupazionale della nostra terra.

Mi considero un artigiano della comunicazione e un pioniere della globalizzazione e cercherò di illustrarvi, in questo breve intervento, le reali motivazioni che mi inducono a sottolineare queste mie osservazioni.

Sono un ingegnere nucleare entrato dopo qualche mese dalla laurea "in crisi di identità" quando in Italia si decise di non costruire più centrali nucleari e la mia reale esperienza di vita e di lavoro la debbo alla mia passione per viaggiare e conoscere la storia, le tradizioni e il modo di vivere dei popoli di tutto il mondo.

Mi considero fortunato perché sono riuscito nella mia vita a fare prevalere questa mia passione rispetto al lavoro per il quale avevo studiato e che dopo ho concretizzato trovando un equilibrio tra questa mia grande passione e un lavoro che mi permettesse di vivere adeguatamente.

La mia esperienza verso la globalizzazione è iniziata nel 1985 quando mi sono presentato al titolare di una grossa azienda che produceva *jeans* e gli ho proposto di partecipare a una cordata di imprenditori salentini per uno scambio compensativo con l'Ungheria di 100.000 dollari di nostri prodotti promosso dalle relative Camere di Commercio.

L'esperienza risultò positiva soprattutto per i nostri prodotti dell'abbigliamento che si vendettero nel giro di un mese a Budapest e ci permisero di aprire nel centro di questa città un negozio di prodotti "made in Salento" permettendo di farci conoscere sempre di più e di operare bene per almeno due anni.

Subito dopo, approfittando delle interessanti aperture apportate dalla *Perestroika* mi sono trasferito a Mosca per poter verificare le possibilità che i nostri prodotti avevano di entrare in questo mercato e soprattutto capire le strade giuste per vendere e iniziare a produrre. La strada meno difficoltosa e maggiormente favorita dalle leggi sovietiche sembrò subito quella di operare costituendo una società mista con il Comune di Mosca e una Cooperativa Russa che aveva come primo obiettivo l'apertura di negozi al dettaglio e una fabbrica per la produzione di *jeans*.

La fascia di mercato era quella medio-alta e cominciammo a portare a Mosca capi di abbigliamento per uomo, donna e bambino di perfetto stile e qualità italiana più accessibili come prezzo rispetto alle grandi firme e rivolti a una clientela formata dai "nuovi ricchi" frutto della ripresa economica dell'allora Stato Sovietico.

La Società fu chiamata "Salentini", i negozi furono progettati e arredati da professionisti italiani e persino i materiali impiegati furono trasferiti dall'Italia.

La società mista "Salentini" era per il 65% italiana e rappresentava il primo accordo con i Sovietici nel settore dell'abbigliamento da parte di un *pool* di piccole e medie imprese Salentine che seguivano dopo pochi mesi le prime grosse firme italiane e francesi (Benetton, Nora Ricci, ecc.).

Noi avevamo bisogno di nuovi mercati e loro di tecnologia, professionalità e occupazione e lo spirito preponderante che ci teneva uniti era la voglia di crescere insieme, l'entusiasmo e la nostra comune natura di piccole e medie imprese.

Gli operai e i dipendenti russi fecero la loro formazione professionale a Matino, furono inviati i macchinari a Mosca e nei negozi si vendeva in rubli e valuta. Ricordo che per mesi vicino ai nostri negozi c'era sempre una piccola folla soprattutto di ragazze che veniva per acquistare e che non si stancava mai di ammirare i vestiti e i *jeans* esposti.

Questa straordinaria avventura è durata per oltre due anni; poi la *Perestrojka* è fallita, le riforme che garantivano gli investimenti stranieri sono rimaste soltanto sulla carta e avevamo enormi difficoltà a cambiare i rubli in valuta e poi a trasferirla in Italia.

Subito dopo è iniziata l'egemonia della mafia russa e quindi siamo stati costretti a lasciare tutto quello che avevamo realizzato e a tornare in Italia.

La caparbia e l'entusiasmo di un gruppo di piccole e medie imprese Salentine lasciate completamente a se stesse non poteva vincere la sfida con le grosse multinazionali, con la mancanza di punti di riferimento economici e legislativi precisi e con il governo assoluto della mafia russa.

Da qualche anno nei paesi del Nord Est le piccole e medie imprese entrano in questi mercati facendo lavoro di squadra con le Camere di Commercio, le banche, gli Enti Pubblici e dopo aver fatto adeguate ricerche di marketing.

Tenendo da operatore del settore sotto gli occhi la realtà di molte nostre aziende sono convinto che anche quell'atto di coraggio e di passione è servito per l'emancipazione e la globalizzazione del nostro contesto produttivo.

Adesso la maggior parte delle aziende salentine che hanno una propria personalità e un marchio proprio esportano in tutto il mondo.

I nostri capi di abbigliamento, le nostre calze e le nostre cravatte si vendono nel Nord Europa, nel Canada, nel Giappone e tanti altri paesi del Mondo.

Gli imprenditori salentini, prendono la loro valigetta con dentro la loro campionatura e girano il mondo facendosi "sul campo" la loro esperienza e rinnovando alle luci del secondo millennio lo spirito di pace e di fratellanza dei Pugliesi, antico popolo di mercanti che nei secoli passati sono stati portatori di messaggi verso i paesi di tutte le sponde del Mediterraneo.

Questo mare e tutti i paesi che si affacciano devono essere nel futuro il nostro mercato e noi dobbiamo essere il ponte dell'Europa verso questi popoli.

Tre anni fa insieme con le aziende più significative del settore tessile abbigliamento abbiamo fatto nascere un Consorzio compiendo un altro atto di coraggio contro una cultura avversa a qualsiasi forma di associazionismo e mutualità.

Le aziende attualmente aderenti al Consorzio sono tutte piccole e medie imprese della Provincia di Lecce che operano nei Comuni di Melissano, Racale, Nardò, Casarano, Acquarica, Galatone, Matino, Corsano, Tiggiano e Alessano. Hanno complessivamente oltre 1500 addetti con almeno 300 miliardi di fatturato aggregato. Producono soprattutto capi di maglieria tagliata per uomo, donna e bambino, calze uomo classiche e sportive, cravatte e ultimamente capispalla lunghi e corti per donna.

Alcune delle aziende aderenti hanno un proprio marchio (Megatex, Leosport, Adrian Calze, Ala, Bas, The King, Le Sete di Ottonucel) ed esportano soprattutto nel Nord Europa e in altre parti del mondo.

Il Consorzio risponde alle domande dei suoi associati in termini di rappresentanza e servizi tradizionali (promozione all'esportazione, attività economiche formazione professionale, ricerca, fisco, clienti, ecc.) ed innovativi (Patti territoriali, accordi di programma, distretti industriali, ecc).

Tutto questo attraverso lo sviluppo di una imprenditorialità sociale ed economica che tende a dare contenuto a quelle funzioni di rappresentanza che l'imprenditore non può sviluppare a causa delle dimensioni della sua azienda e per la sua natura aziendale che non riesce ad adeguare.

Il Consorzio supporta i propri associati ed è diventato un soggetto capace di attrarre nuove imprese del settore e dialogare e confrontarsi nella massima autonomia con le istituzioni e il territorio.

Adesso il C.O.P.A.C. è vissuto e percepito dagli associati come un datore di servizi tradizionali ed innovativi che apprezzano per il costo e per la qualità.

Nella mia attività di responsabile del Consorzio tengo costantemente presente che l'associato, come persona, ha bisogno costantemente di essere tutelato avendo investito tempo e risorse di una vita nella sua impresa e quindi ha tutto il diritto di chiedere di essere supportato nella difesa di quello che questa attività gli ha garantito fino ad oggi ed è legittimo che voglia adeguate garanzie per il suo futuro e per quello del suo nucleo familiare.

La nostra sfida è quella di concepire i servizi alla persona come supporto all'imprenditore nella sua difficile sfida con il contesto in cui opera

## stefano cristante l'agire mercuriale

fornendogli strumenti per una sempre efficace gestione strategica ed operativa dell'impresa.

Insomma cerchiamo di dare all'imprenditore un punto di certezza che il sistema in cui vive non gli ha adeguatamente garantito. Il compito fondamentale del Consorzio è quello di conquistare il suo spazio economico e politico, dove per spazio economico si intende la capacità intrinseca di produrre alle aziende risultati positivi e valori e per spazio politico la capacità di essere protagonista del sociale e nella contrattazione commerciale.

Lo sviluppo di una logica soprattutto progettuale, concreta e visibile nel territorio deve essere vista in una logica di alleanze e valorizzazione delle risorse che alimentino la possibilità di ricomporre visioni divergenti soprattutto nei momenti di confronto sulle politiche programmatiche del territorio regionale e provinciale.

Per fare tutto questo è anche indispensabile entrare in una visione di sviluppo di servizi a rete e gestione di progetti che immettano soprattutto figure professionali locali collaborando con soggetti e competenze non presenti nel territorio in una aperta e concreta cultura della globalizzazione.

Tutto questo tenendo sempre chiaro di non perdere la propria autonomia di Consorzio promosso e voluto dalle imprese in una dialettica costruttiva con il territorio in cui viviamo.

La saggistica nazionale non ha mai brillato nel campo delle nuove tecnologie della comunicazione. Gli studiosi italiani all'estero sono poco tradotti e poco inseriti nelle bibliografie internazionali di settore, quasi sempre a ragione. Ma ci sono anche delle eccezioni.

Nel 2000 l'editoria italiana ha presentato tre saggi importanti. Si tratta di *Incantanti dalla rete* di Carlo Formenti (Raffaello Cortina editore), di *Il distretto del piacere* di Aldo Bonomi (Bollati Boringhieri) e di *New Economy, la grande truffa* di Alberto Abruzzese (Luca Sossella editore).

Visto che abbiamo la possibilità di interloquire con i tre