

Fare azienda è condividere idee

20/03/2016



Una fitta rete di rivenditori, il coraggio utile ad affrontare i mercati esteri, la continua voglia di sperimentare e creare prodotti per rispondere alle nuove esigenze dei clienti. Puntando su una raffinata sapienza artigiana ma anche sul confronto continuo in azienda e sul coinvolgimento diretto dei dipendenti

PAOUL La grande tradizione artigiana al servizio di nuovi mercati Fare azienda è condividere idee



Nella foto a sinistra, Katia e Cinzia Pizzocaro, al fianco con la madre Maria Teresa dell'azienda fondata dal padre nel 1967.

Visitare la Paoul a Saonara significa fare un viaggio, davvero suggestivo, attraverso un tratto di storia del Made in Italy, in un settore - quello della moda e dell'accessoristica - che forse più di ogni altro è "bandiera" nel mondo di quella cultura del bello e di quel "saper fare" che rende così famose e apprezzate le nostre produzioni in quasi ogni angolo del globo.

Le splendide e spesso elegantissime scarpe da ballo e da sposa che escono dallo stabilimento alle porte di Padova sono fra le più apprezzate, non hanno eguali per livello qualitativo in Italia e nel mondo: dal ballo di coppia al ballo di sala, dalle danze standard a quelle latino-americane, la Paoul produce calzature specifiche per ogni disciplina, esportando all'estero il 50 per cento della produzione attraverso 50 rivenditori, cui si affiancano i 137 rivenditori italiani. Negli ultimi anni, con la crisi del mercato italiano, la distribuzione si è spostata ancor più all'estero: fra i mercati più interessanti in questo momento la Cina, la Russia e gli Stati Uniti.

Alcuni modelli sono dei veri e propri gioielli da collezione, per la qualità della fattura e per il pregio dei materiali utilizzati: in diverse occasioni le calzature Paoul sono apparse ai piedi dei divi di Hollywood, immortalate in film diventati poi celebri.

Katia Pizzocaro, al timone dell'azienda assieme alla madre Maria Teresa e alla sorella Cinzia - che si occupa di stile e produzione - dopo la scomparsa del padre nel

2013, racconta con orgoglio la storia di quest'impresa che oggi conta 27 dipendenti e registra due milioni di fatturato.

«Mio padre ha iniziato nel 1967 facendo il terzista, realizzava la tomaia e altre componenti delle calzature. Parallelamente però aveva sempre coltivato la passione per il design e la modellistica e aveva frequentato anche una scuola di formazione su questi aspetti: a un certo punto, quando ha iniziato a trovarsi di fronte a richieste "singolari" come delle scarpe per una rappresentazione teatrale o uno "stivale" per la polizia, ha deciso di provare a fare da sé, visto che si era accorto che questo tipo di richieste difficilmente trovavano risposta».

Il vecchio modello di relazione tra il titolare e i dipendenti in azienda non funziona più. Se la decisione finale spetta sempre a noi, a monte c'è un confronto che aiuta tutti a crescere

L'iniziativa arriva quando Paolo si iscrive a un corso di ballo e si accorge di come di fatto mancasse nel nostro paese, nonostante la forte tradizione nel calzaturificio, un'offerta di scarpe da ballo: tutte le calzature venivano importate dall'Inghilterra. Da qui la decisione di dedicarsi a questo tipo di produzione: inizialmente la distribuzione è limitata al territorio, ma già oltre trent'anni fa cominciano le prime esportazioni.

Il clima che si respira oggi in azienda è piuttosto informale: «Sono convinta che il modello di relazione datore di lavoro-dipendente sia un po' superato - è la riflessione di Katia Pizzocaro - un "vestito" che alla lunga può risultare stretto per un'azienda. Con le ragazze con cui collaboro più da vicino c'è un rapporto diretto, spesso ci scam-

biamo messaggi alla domenica o alla sera perché ci viene un'intuizione o un'idea nuova da sviluppare. Capita ogni tanto che dopo l'orario di lavoro ci fermiamo qui per una pizza, per fare due chiacchiere e scambiare alcune idee su questo o quel progetto, per capire insieme quale sia la strada giusta da seguire di fronte a una scelta difficile: si fermano con piacere, non è un'imposizione, perché si sentono davvero coinvolte nella vita dell'azienda. È chiaro che la decisione finale spetta a me - che poi condivido con mia mamma e mia sorella - ma quasi in ogni situazione le collaboratrici che mi affiancano sono fonte preziosa di "energie" e di "idee". Ad esempio, due collaboratrici che sono a contatto diretto e quotidiano con i clienti mi forniscono spesso indicazioni preziose perché colgono delle esigenze che io, facendo un lavoro di "supervisione", magari non riesco a cogliere. Di recente abbiamo ragionato insieme sul nuovo piano di comunicazione per i social, sono uscite dei bellissimi spunti. Mi accorgo che il fatto di essere considerate come "parte attiva" di un processo le motiva tantissimo, e anche i risultati in termini di produttività si vedono».



MUSEO AZIENDALE Vuol raccontare a chi arriva 45 anni di storia, e di lavoro



La sede "sterica" di Paoul, in via Vigonovese a Padova, ospita oggi un museo tutto dedicato alla storia dell'azienda. La collezione privata di calzature raccolte in questi spazi "racconta" un percorso lungo 45 anni, che tratteggia, attraverso uno straordinario viaggio, l'evoluzione storica dell'artigianato calzaturificio e di un distretto, quello della Riviera del Brenta, che l'ha reso famoso nel mondo.

Spesso i buyers internazionali in visita all'azienda vengono accompagnati nella sede del museo per un tour guidato che li aiuta a conoscere più da vicino le radici dell'azienda, la sua storia, il valore dei suoi prodotti che nascono da una lunga tradizione artigianale. Un'occasione per scoprire anche come la produzione delle calzature sia cambiata nel corso degli anni.

Uno spazio prezioso all'interno dell'azienda è la sala collaudi, 300 metri quadri dove, quotidianamente, vengono testati, ai piedi di ballerini professionisti, i prototipi delle calzature "destate" dall'area stilistica del calzaturificio.

PROGETTI Spazi e formazione per migliorare le relazioni

Non c'è soltanto lo stipendio

Fra i luoghi che caratterizzano la Paoul anche la cucina, spazio di relazione e di scambio di idee, c'è poi un servizio catering che garantisce il pasto per chi non rientra a casa: «Abbiamo notato - spiega Katia Pizzocaro - come il fatto di pranzare tutti in uno spazio comune, anziché a piccoli gruppi nei diversi bar della zona, ha contribuito a migliorare molto il clima, si è creata una maggiore confidenza».

Per andare incontro alle diverse esigenze dei dipendenti, gli orari sono modulati su due turni diversi, che prevedono un'ora o due ore di pausa pranzo.

«Anche per quanto riguarda i permessi cerco di non essere rigida. Vedo tante aziende che lavorano ancora con il "vecchio sistema", ma sono convinta

che in questo modo le persone faticano per sentirsi in gabbia».

Come nelle altre aziende che si sono sottoposte a un percorso di counseling sui temi del welfare, a sorpresa in cima alle richieste espresse dai dipendenti non c'è l'aumento dello stipendio: un aspetto considerato importante, ma comunque giudicato meno rilevante rispetto alla richiesta di un ambiente positivo, che valorizzi il merito e gli aspetti motivazionali e che consenta - anche attraverso la flessibilità degli orari - una buona conciliazione con la vita personale.

«Proprio sulle relazioni e sul clima aziendale abbiamo deciso di lavorare ancora quest'anno, anche attraverso un percorso di formazione specifico», spiega infine la Pizzocaro.



Message 12 of 109

- [« Primo](#)
- [Precedente](#)
- [...](#)
- [Artigiani maestri ed esordienti premiati domani al Pedrocchi dall'Associazione Antichi mestieri](#)
- Fare azienda è condividere idee
- [Prossimo](#)
- [Ultimo »](#)