

Crescere all'estero

«Le mie sneaker sull'isola che c'è»

Santoni a Hainan, meta dello shopping cinese

Lo dice con passione, lo dice convinto. «Tutti i traguardi raggiunti sino a oggi li devo a quella cultura del fare e del farlo con passione ereditata da mio padre e dalla mia famiglia. Unita a creatività e artigianalità. Così le nostre calzature sono diventate un riferimento nel mondo». **Giuseppe Santoni** commenta con entusiasmo risultati recenti, prospettive e il nuovo piano di sviluppo di azienda e marchio di famiglia. Questi ultimi fatti crescere con passione e dedizione dal 1975, anno di nascita della Santoni. Oggi eccellenza made in Italy riconosciuta dalla Presidenza della Repubblica Italiana: recente la nomina dell'imprenditore a **Cavaliere del Lavoro**. «Un traguardo — dice Santoni —. Ma ancor più stimolo a far meglio».

Grazie a nuovi modelli e a strumenti contemporanei e innovativi. A partire dal lancio a Milano in occasione della fashion week uomo di giugno di un nuovo modello punto d'incontro tra le calzature formali di alta gamma simbolo di Santoni e le sneaker. Dal celebre mocassino con allacciatura a doppia fibbia è nata *Db's, Double buckle sneaker*, allacciatura analoga su tomaia informale.

Qual miglior ambasciatore (per un giorno), dell'attore Jonathan Bailey, il bell'Antony Bridgerton dell'omonima serie televisiva, guest star della presentazione milanese. Un simbolo di stile, incontro tra tradizione e contemporaneità. Base dello sviluppo futuro di marchio e azienda. «Stiamo portando avanti il processo di digitalizzazione dell'azienda e il potenziamento della produzione delle linee donna e sneaker — spiega l'imprenditore —. Mettendo a regime il progetto rimasto fermo a causa della pandemia. Un piano triennale al via

a fine anno, previsto dal 2023 al 2025».

L'azienda con sede a Corridonia, esempio di imprenditoria total green («la nostra conversione eco sostenibile delle aree di produzione e degli uffici è iniziata un decennio fa»), si sviluppa su 30mila metri quadrati di stabilimento, vede l'inserimento in organico di 100 artigiani addetti alla produzione, portando a 700 il numero complessivo di dipendenti. «Segnale della buona risposta del mercato nonostante i contraccolpi legati a pandemia e al conflitto russo/ucraino». Senza dimenticare l'ottimizzazione dei sistemi produttivi in un'ottica 4.0. «Sostenibilità dei prodotti e dei processi, magazzino automatico e la movimentazione interna del materiale con Agv, veicoli a guida automatica. Pensando sempre al benessere dei lavoratori. Forte l'attenzione sulla formazione con un'Academy interna».

Una cultura del fare rispecchiata da presenza e crescita sui mercati esteri: nuovo show room a New York sulla Madison, sviluppo dei mercati Usa e Medio Oriente. Nuove aperture in Vietnam, Korea e India. L'approdo nell'isola che c'è, dove volano tutti i cinesi a far shopping. «Hainan, la più grande isola cinese dopo Taiwan, clima tropicale e meta per lo shopping di lusso grazie a quello che vien considerato il duty free più grande del mondo». Considerata anche una destinazione Mice tra le più prestigiose al mondo, acronimo di *meetings, incentives, conferences ed exhibitions* identifica il fenomeno del turismo di fascia alta legato a questo tipo di eventi. Approdo perfetto per compiere i passi giusti.

Gian Luca Bauzano

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - L.1997 - T.1997



Il marchio

● Andrea Santoni fonda nel 1975 a Corridonia, nelle Marche, l'azienda omonima di calzature, con una struttura artigianale familiare

● A 20 anni il figlio di Andrea, Giuseppe Santoni, entra in azienda e dal 2000 il successo è internazionale

● Il 30 maggio 2022 Giuseppe Santoni è nominato Cavaliere del Lavoro

L'attore Jonathan Bailey alla presentazione Santoni a Milano con le sneaker Dbs



La Dbs, Double buckle sneaker



Giuseppe Santoni con Bailey

**Il lusso
Made
in Italy**

