

TESSILE. Nel 2009 giro d'affari stabile, aumento della quota export



La sede della Vagotex Windtex di Vago di Lavagno



Daniela Campedelli

Windtex per crescere punta sul made in Italy

Campedelli: «La creatività non si delocalizza»

Il «made in Italy», inteso nel senso più ampio, può essere la strada vincente per le imprese del settore tessile-calzaturiero per passare la crisi e anzi rafforzarsi. Sono già numerose le aziende venete che anche nel 2010 puntano su questo operando in regime di certificazione qualità e rispetto dell'ambiente, tutelando in tutti i modi possibili il loro prodotto, appunto il made in Italy.

Un percorso che percorre anche la veronese Vagotex Windtex Spa, specializzata nella produzione di tessuti speciali, che ha chiuso il 2009 con un giro d'affari intorno ai 13,5 milioni di euro, in sostanziale tenuta quindi rispetto ai 13,68 del 2008, in cui aveva segnato una calo di circa il 4% rispetto all'anno precedente.

Il giro d'affari, realizzato con una settantina di dipendenti, di cui il 20% derivante dal-

l'export soprattutto nella Penisola iberica e in Scandinavia. Una percentuale che l'azienda di Colognola ai Colli, come spiega il direttore commerciale Daniela Campedelli, «intende incrementare nel 2010».

La Vagotex Windtex è nata nel 1980, «come accoppiatura per il settore calzaturiero quando questo era un mercato fortemente trainante per l'economia italiana» dice Campedelli. «Erano gli anni ruggenti della scarpa del belpaese e il Made in Italy connotava un prodotto di qualità con uno stile inimitabile, particolarmente ricercato ed apprezzato anche all'estero. Fin dagli inizi dell'attività di Vagotex, abbiamo dunque dovuto posizionare la qualità del nostro servizio, su livelli alti di mercato e siamo sempre stati fedeli a questa scelta di campo anche quando, successivamente ab-

biamo esteso la produzione al settore dell'abbigliamento tecnico sportivo, sviluppando membrane innovative».

Per rafforzare la posizione sul mercato la Vagotex Windtex, spiega Campedelli, «abbiamo diversificato la nostra produzione rivolgendoci a mercati quali il medicale, l'industriale, automotive, filtrazione, edilizia, arredamento, ecc. Il concetto di qualità non è solo rivolto intrinsecamente al prodotto ma anche inteso come scelta nei confronti del rispetto per l'ambiente». Negli ultimi anni, dice Campedelli, «delocalizzare è stata una parola largamente e se all'inizio era una scelta circoscritta, ora è diventato un obbligo per sopravvivere in un mercato attento soprattutto al prezzo. Ma il nostro vero patrimonio: la creatività e genialità italiana non è delocalizzabile». ♦