

Company profile

L'azienda di Pederobba, oltre che con il proprio marchio, è attiva nella produzione conto terzi di modelli mirati d'alta gamma

Fitwell, scarpe DOC from Montebelluna

“Pochi fronzoli o particolari strategie di marketing. Dagli anni d'oro di Onesport fino ad oggi, qui si è sempre pensato soprattutto a fare bene i prodotti”.

A cura di
DANIELE DE NEGRI

Arriviamo nella sede Fitwell di Pederobba e appena entrati scorgiamo il titolare Giuliano Grotto: ci saluta con calore ma poi lo vediamo subito “scappare” tra il magazzino e la manovra, intento a seguire con attenzione le fasi della produzione. Conosciamo subito anche la figlia Marika (in azienda da 5 anni, si occupa di grafica e comunicazione) e sua madre Stella, in prima linea nel reparto produttivo, intenta all'allacciatura delle scarpe. La sensazione è proprio quella di essere arrivati in un'azienda come ce n'erano tante 30 anni fa a Montebelluna. Con la famiglia dei proprietari che lavora a stretto contatto con i propri dipendenti e un'atmosfera di condivisione, amicizia, rispetto e stima reciproci avvertibile nell'aria, tra l'odore della colla e della pelle delle scarpe. Oggi aziende di questo genere sono sempre più rare e per molti versi le cose sono cambiate, anche qui nel distretto di Montebelluna. Ma tra marchi leader e realtà medio-piccole rimangono per l'appunto delle sorprendenti eccezioni. Fitwell è tra queste.

LO STAFF - Oltre ai membri della famiglia Grotto, ad accoglierci durante la nostra visita è Mauro Anhaus, coordinatore della rete vendite, con esperienze nel settore della distribuzione sportiva oltre che in Sangallo e Kayland (dove ha lavorato per 7 anni). “Quando sono arrivato lo scorso anno in questa azienda mi sono subito trovato a mio agio sia per l'atmosfera che vi si respira sia per la qualità del lavoro”, dichiara Mauro. “Pochi fronzoli o particolari strategie di marketing. Qui si bada soprattutto ad una cosa:

a fare bene le scarpe”. Lo staff dell'azienda può contare anche su 8 dipendenti addetti al montaggio, 4 orlatrici, 2 persone addette al taglio, un addetto all'applicazione dei ganci e alcuni modellisti esterni.

PRODUZIONE - Un team di lavoro che a regime sarebbe in grado di produrre fino a 40mila paia di calzature in un anno. È proprio questo uno degli obiettivi futuri per Fitwell. Attualmente infatti la produzione è di circa 25mila paia. Per il 65% a marchio Fitwell, il resto conto terzi. Da segnalare in particolare la prestigiosa collaborazione con Millet, per il quale l'azienda realizza una buona parte dei prodotti top di gamma (tra cui il modello Rock Ice e quelli da spedizione), oltre a quella con un marchio inglese produttore di scarpette d'arrampicata. Tra i progetti futuri c'è proprio la presentazione di una nuova linea di scarpette a marchio Fitwell, dopo i successi in questo segmento ottenuti negli anni 80 con Onesport (per i particolari vedi box nella pagina seguente). “Punteremo comunque sull'alta gamma” precisa Mauro Anhaus. “Nella situazione attuale del mercato, infatti, riteniamo che uscire con questo genere di prodotti puntando solo sul prezzo sia inutile e controproducente”.

LA NUOVA COLLEZIONE FITWELL - Per la prima volta quest'anno l'azienda presenta una collezione completa, con prodotti che vanno dall'approach (con il modello Scorpion) al trekking, dall'alpinismo (con la calzatura Merak) all'ice climbing (con Tattoo) fino ad arrivare ai prodotti d'alta quota. Tutti sono costruiti con suola Vibram e fodera in membrana eVent accoppiata al tessuto CoCona. Ma Fitwell presenta nella propria



La famiglia Grotto: da sinistra, Stella, Giuliano e Marika.

gamma anche modelli specifici da disgiagisti (coloro che eseguono la pulizia e la messa in sicurezza di pareti rocciose e pendii), da caccia e antinfortunistici, oltre ad una specifica calzatura utilizzata dai sub dei Vigili del Fuoco.

I TESTER - I vari prodotti sono sviluppati insieme a quattro tester d'eccezione: Simone Origone, di Champoluc, recordman nel chilometro lanciato sugli sci oltre che alpinista, skyrunner e guida alpina, capace lo scorso anno di salire 20 vette sopra i 4mila metri in 12 ore e 40 minuti; Stefano Dalla Gasperina da Ivrea, guida alpina di Chamonix nonché consulente tecnico anche per Ferrino; Gianni Bisson di Valdagno (VI), guida alpina e maestro di sci; Andrea Cristel, istruttore alla Scuola di Polizia di Moena (TN) e praticante di ben 9 discipline sportive. Origone e Dalla Gasperina sono incaricati soprattutto dello sviluppo delle scarpe d'alpinismo e di alta montagna, mentre Bisson e Cristel seguono in particolare i modelli da approach e da climbing.

DISTRIBUZIONE - Fino allo scorso anno Fitwell era presente sul mercato italiano in un modo abbastanza anomalo. “In pratica i negozianti sono sempre venuti direttamente nella nostra sede a comprare le scarpe”, rivela Mauro Anhaus. “Cento o duecento paia alla volta. Una volta addirittura 700 paia ordinate da un negoziante francese di Grenoble, arrivato a Pederobba con il suo furgone!”. Ma anche molti clienti dall'Alto Adige e dal Trentino ci fanno visita periodicamente. In totale i clienti italiani sono quasi 70 al momento. Sul fronte estero, invece, Fitwell è presente attualmente in Repubblica Ceca, Slovacchia, Slovenia e Croazia tramite distributori, oltre che in qualche punto

vendita di altri paesi europei. “Dopo aver ottimizzato la nostra offerta e creato una rete vendite per l'Italia, il prossimo passo è quello di guardare anche all'estero”, continua Mauro. “Per questo cerchiamo distributori soprattutto in Svizzera, Austria, Germania e Francia. Ma credo che anche nei mercati del Nord Europa, molto esigenti in fatto di calzature, i nostri prodotti possano essere apprezzati per la qualità dei materiali e la cura nella realizzazione”.

LA NUOVA RETE VENDITE - Proprio nell'ottica di una crescita del marchio Fitwell, quest'anno è stata costituita per la prima volta una rete vendite strutturata per coprire il mercato italiano. È composta da: il già citato Mauro Anhaus (Trentino-Alto Adige, Veneto, Friuli), Roberto Berra (Valle D'Aosta, Piemonte, Liguria), Diego Ferraris (Lombardia), Richi Righetti (Emilia Romagna, Toscana, Marche), Alessandro Schirru (Sardegna) e Carmine Cartini (Calabria, Basilicata). Lazio, Abruzzo, Molise e Umbria sono gestite direttamente dalla sede commerciale.

OBIETTIVI FUTURI - “Il nostro obiettivo primario è quello di far sapere a tutti che, dopo gli anni gloriosi della Onesport, l'azienda è tornata a tutti gli effetti sul mercato puntando su un marchio proprio”, conclude Mauro. “Fitwell può contare sull'ottimo ricordo lasciato dall'azienda presso molti negozianti e sull'esperienza unica del suo titolare, Giuliano Grotto. Un imprenditore ‘alla vecchia maniera’ ma capace anche di una visione moderna del mercato, dal quale è bravissimo a recepire in modo immediato le varie esigenze, traducendole in prodotti”. Figure non facili da trovare al giorno d'oggi. Anche nel famoso distretto di Montebelluna. ▲



Immagine del reparto montaggio e di alcuni dipendenti Fitwell.



Reparto allacciatura. A destra Stella Grotto.



Primo piano dei prodotti finiti e magazzino (a destra).



Mauro Anhaus, coordinatore della rete vendite Fitwell.

FITWELL PRODUCTS SS 2010 COLLECTION



THE COMPANY BASED IN PEDEROBBA ALSO PRODUCES OTHER BRANDS' TOP MODELS

Fitwell, DOC shoes from Montebelluna

"Not much fuss and no particular marketing strategies. Since the golden years here we have always concentrated on making our products well."

We arrive at the Fitwell site in Pederobba and as soon as we enter we see the owner Giuliano Grotto: he gives us a warm welcome but then we see him rush off to the warehouse to oversee the phases of production. We are then introduced to his daughter Marika (in the company for five years, she works in graphics and communications) and her mother Stella, a leading figure in the production department, busy with the shoe strings. The feeling is that we have arrived in a company like the ones that were so numerous thirty years ago in Montebelluna. With family owners working closely with their employees and a palpable atmosphere of sharing, friendship, mutual respect and esteem, amidst the smells of glues and shoe leather. Companies like this have now become rarer, and many things have changed even here in the Montebelluna district. But among leading brands and small-medium companies there are still some surprising exceptions. Fitwell is one of them.

THE STAFF - As well as by the members of the family, we are also greeted on our visit by Mauro Anhaus, co-ordinator of the sales network, with experience in the sports distribution sector both in Sangallo and with Kayland (where he worked for seven years). "When I got here last year I immediately felt at ease on account of the atmosphere as well as of the quality of the work," Mauro declares. "Not much fuss and no particular marketing strategies. Here we concentrate especially on one thing: making shoes well." The staff of the company can also count on eight assemblers, four seamers, two people involved in cutting, one who applies the buckles and a number of external modellers.

PRODUCTION - A working team which at full capacity can produce up to 40 thousand pairs of shoes a year. And this is one of the future aims for Fitwell. Production at present is about 25 thousand pairs. 65% of this number is for the Fitwell brand, the rest for third parties. Noteworthy the prestigious partnership with Millet, for whom the company produces a large part of the top-range products (including the Rock Ice and expedition models), as well as the one with an English climbing-shoe brand. Future plans include the presentation of a new line of

shoes under the Fitwell brand, after the successes achieved in this segment in the 1980s with Onesport (for details see box on next page). "We will focus on the top range," Mauro Anhaus states. "In the present market situation we think it is a waste of time and counter-productive to bring out this type of product focusing only on prices."

THE NEW FITWELL COLLECTION - For the first time this year the company is presenting a complete collection, with products ranging from approach (with the Scorpion model) to trekking, mountaineering (with the Merak footwear) to ice climbing (with Tatum) and on to high-level products. They're all built with Vibram soles and lining in eVent membrane, coupled with the CoCona fabric. But Fitwell is also presenting in its range specific models for "disgaggiati" (people who carry out maintenance and safety work on rock faces and slopes), for hunting and safety footwear, as well as special footwear used by divers and firemen.

THE TESTERS - The various products are developed together with four outstanding testers: Simone Origone, of Champoluc, record holder in one-kilometre speed skiing, mountaineer, skyrunner and Alpine guide, who last year climbed 22 peaks above four thousand metres in 12 hours and 40 minutes; Stefano Dalla Gasperina from Ivrea, Alpine guide in Chamonix and also technical consultant for Ferrino; Gianni Bisson from Valdagno (Vicenza), Alpine guide and skiing instructor; Andrea Cristel, instructor at the Police School in Moena (Trento) and practitioner of no fewer than nine sports. Origone and Dalla Gasperina are in charge of developing mountaineering and high-altitude footwear, whilst Bisson and Cristel will follow the approach and climbing models.

DISTRIBUTION - Until last year Fitwell was present in a somewhat unusual manner on the Italian market. "In practice shopkeepers always came directly to our factory to buy the shoes," Mauro Anhaus reveals. "One or two hundred pairs at a time. Once we even had a French shopkeeper from Grenoble who came to Pederobba with a van to buy 700 pairs!" But there are also many clients from South Tyrol and Trentino who come to see us periodically. In total we have

nearly 70 Italian clients at the moment. On the foreign scene Fitwell is now present in the Czech Republic, Slovakia Slovenia and Croatia through distributors, and in a number of sales points in other European countries. "Having optimised our offer and created a sales network for Italy, the next step is to look abroad," Mauro continues. "We are thus looking for distributors especially for Switzerland, Austria, Germany and France. But I also believe that in northern European markets, which are very demanding in footwear, our products will be appreciated for the quality of the materials and the care taken in manufacture."

THE NEW SALES NETWORK - With a growth in the Fitwell brand envisaged, this year has seen the first construction of a sales network to cover the Italian market. It is made up of: the above-mentioned Mauro Anhaus (Trentino-Alto Adige, Veneto, Friuli), Roberto Berra (Valle d'Aosta, Piedmont, Liguria), Diego Ferraris (Lombardy), Richi Righetti (Emilia Romagna, Tuscany, Marche), Alessandro Schirru (Sardinia) and Carmine Cartini (Calabria, Basilicata). Lazio, Anbruzzo, Molise and Umbria will be served directly from the commercial offices.

FUTURE AIMS - "Our primary aim is to let everyone know that after the glorious years of Onesport, the company has come back completely to the market, working with its own brand," Mauro concludes. "Fitwell can count on excellent memories left by the company with many shops and on the unique experience of its founder, Giuliano Grotto. An "old-style" businessman, but one with a modern vision of the market, always receptive to pick up its various needs and translate them into products." Figures that are not easy to find today. Even in the famous district of Montebelluna. ▲

CONTACTS



FITWELL SRL
Address: Zona Industriale 110/112
 31040 - Pederobba (TV) - Italy
Phone: +39.0423.64407
Fax: +39.0423.648127
Email: info@fitwellsrl.it
Website: www.fitwellsrl.it

ONESPORT & FITWELL HISTORY

La storia di Fitwell coincide fin dall'inizio con quella di Giuliano Grotto, 55 anni, suo titolare e fondatore, personaggio molto conosciuto nel distretto di Montebelluna. Dopo essersi diplomato, Giuliano inizia a lavorare in un calzaturificio della zona e, dopo una breve esperienza, decide subito di mettersi in proprio. Come tanti imprenditori del settore calzaturiero inizia a produrre le sue calzature in uno scantinato.

ONESPORT - Nel maggio 1979 nasce ufficialmente la ONESport (le cui prime 4 lettere indicano i punti cardinali: Ovest, Nord, Est e Sud), che si presenta subito sul mercato con prodotti innovativi e originali per l'epoca. Negli anni 80 lancia sul mercato delle scarpette d'arrampicata rosa e viola soprannominate "Click Clock", per via della barretta in alluminio applicata all'interno che provocava questo genere di suono. Si tratta di prodotti innovativi e freschi, con colori shock per l'epoca (pari solo alle celebri scarpette viola

modello Mariacher di La Sportiva, presentate nel 1981). Gli anni '80 sono il periodo d'oro della Onesport, presente sul mercato anche con una collezione da trekking completa. I suoi prodotti vengono distribuiti con successo anche in Francia e USA.

LE VICISSITUDINI DEGLI ANNI '90 - Ma proprio il mercato statunitense gioca un brutto scherzo all'azienda di Pederobba. Nel 1990, infatti, uno dei due soci del distributore americano deposita il marchio a proprio nome negli USA. Ne nasce quindi un contenzioso legale che comunque si risolve a favore di Giuliano Grotto, che torna così legittimo proprietario del brand (anche se il giudice concede all'ex socio americano di distribuire prodotti a marchio Onesport negli USA per 4 anni). Dopo il periodo d'oro degli anni '80 il marchio Onesport vive alcune difficoltà, a causa della crescente concorrenza e della mancanza di prodotti nuovi in grado di imporsi sul mercato come accaduto con le prime scarpette d'arrampicata. Continua invece con successo la produzione conto terzi.

MILLET & FITWELL - A proposito di produzione conto terzi, all'inizio degli anni 90 Onesport inizia un rapporto di collaborazione con il celebre marchio francese Millet, per il quale produce conto terzi una parte delle calzature, soprattutto top di gamma (produzione che continua tuttora). Un rapporto che sembra stringersi ancora di più quando nel 1998 l'azienda francese acquista il marchio Onesport. Tuttavia il brand non viene più utilizzato e scompare quindi dal mercato. Così nel 1999 Giuliano Grotto decide di fondare una nuova società, la Fitwell. Che diventa a tutti gli effetti anche un brand nel 2003. Dopo alcuni anni di vendita diretta ai negozianti italiani e stranieri (che apprezzano molto il livello qualitativo delle calzature a marchio Fitwell), nel 2009 l'azienda decide di entrare nel mercato italiano con una distribuzione più capillare e strutturata, oltre che guardare con interesse anche verso alcuni mercati esteri (per i particolari vedi articolo principale).



Il primo modello da 8000 di Onesport (1979).

The history of Fitwell coincides with the beginning of the history of Giuliano Grotto, 55 years old, its owner and founder, a well-known character in the Montebelluna district. After the diploma, Giuliano started to work in a shoe factory in the area and, after a short experience, he decided to set up his own business. Like so many entrepreneurs in the footwear business, he started to make his products in a basement.

ONESPORT - In May 1979 ONESport was officially founded (its first four letters indicating the cardinal points in Italian: Ovest/West, North, East, South), and it immediately came onto the market with products that were innovative and original in their time. In the 80s it launched pink and violet climbing shoes nicknamed "Click Clock" because of the aluminium bar set inside the shoe that produces this sort of sound. These were fresh, innovative products, with colours that were a shock in their time (comparable only to the famous violet Mariacher model shoes by La Sportiva, presented in 1981). The Eighties were golden years for Onesport, also on the market with a complete trekking collection. Onesport's products were also successfully distributed in France and the USA.

THE DIFFICULTIES OF THE NINETIES - It was to be the American market that played a bad trick on the company from Pederobba. In 1990, in fact, one of the two partners of the American distributor registered the brand in his own name in the USA. A legal battle ensued, finally resolved in favour of Giuliano Grotto, who thus became once again the legal proprietor of the brand (though the judge granted the former American partner the right to distribute Onesport products in the USA for four years). After the golden age of the Eighties, the Onesport brand suffered some difficulties caused by growing competition and the lack of new products capable of conquering the market as the first climbing shoes had done. Production for third parties, however, continued to be a success.

MILLET & FITWELL - In the ambit of third-party production, in the early Nineties Onesport began to work with the famous French brand Millet, producing some of its footwear, especially the top-range items (a production which is still going on today). This relationship seemed to become even stronger when in 1998 the French company bought the Onesport brand. However, the brand was no longer used and thus disappeared from the market. Thus in 1999 Giuliano Grotto decided to set up a new company, Fitwell. This effectively became a brand in 2003. After a few years of direct sales to Italian and foreign shopkeepers (who appreciated the quality level of Fitwell footwear), in 2009 the company decided to enter the Italian market with a more far-reaching, highly-structured distribution and to look with interest towards a number of foreign markets (for details see main article).



Le scarpette Resin Rose (1988).



Il modello Turbu da parapendio (1993).