

INNOVAZIONE ▾ ESTERI ▾ IMPRESE ▾ ECONOMIA ▾



LAVORO ▾ CULTURA ▾ CONFINDUSTRIA ▾ EVENTI

0

DOSSIER ▾

## #Imprese

# ⚡ CON LTM IL TACCO A SPILLO È MADE IN CASTROCARO TERME

Home / Imprese / ⚡ Con LTM il tacco...



Specializzata nella progettazione e produzione di inserti metallici per calzature da donna, l'azienda romagnola si è guadagnata la fiducia di prestigiosi marchi d'alta moda. Da poco è stata inaugurata la nuova sede, che incarna il *modus operandi* dell'impresa. "Vogliamo offrire a chi lavora o viene a trovarci ambienti vivibili e gradevoli all'occhio", spiega il direttore generale Federico Lombardi. Poche settimane fa la visita del presidente della Regione Emilia Romagna Stefano Bonaccini

**Parliamo di:** [#Dal territorio](#) [#Export](#) [#Made in Italy](#) [#Moda](#) [#PMI](#)

Sarà pure una corazzata tascabile, come la definisce chi l'ha pensata e vista nascere, ma la LTM di Castrocaro Terme, in provincia di Forlì-Cesena è comunque riuscita nel giro di circa vent'anni a ritagliarsi spazi sempre più ampi e di prestigio in un mondo non certo facile come quello della moda e del design. Crescita progressiva che l'azienda romagnola – 5,6 milioni di euro di fatturato nel 2021 a fronte di 30 dipendenti – è stata in grado di realizzare legando le proprie fortune alla creazione e alla conseguente produzione di piccoli inserti metallici per tacchi a spillo.

"Siamo stati capaci di realizzare un qualcosa che, fino a quel punto, non era ancora sul mercato. Per superare i problemi relativi all'uso di materiali plastici bisognava per forza chiedere aiuto al metallo e così modificammo un macchinario rendendolo assolutamente innovativo nel campo delle calzature da donna – spiega il direttore generale di LTM, Federico Lombardi (*in foto*) –. Fatto il primo tacco ho poi deciso di buttarmi a tempo pieno in questo nuovo progetto mettendomi in proprio, nonostante più d'uno mi avesse consigliato di lasciare perdere perché, secondo loro, il momento storico non consentiva scelte simili. Ed invece è andato tutto più che bene e siamo qui a parlare di un'idea vincente".

Soluzioni tecnologiche estremamente apprezzate da molti marchi di altissimo livello come Christian Louboutin, Gucci e Prada, fidelizzati anche dal modo di lavorare che caratterizza l'impegno giornaliero in LTM. "La nuova sede, bella ma soprattutto funzionale, è visibile a tutti e incarna il *modus operandi* che ci ha portato a raggiungere i traguardi sperati. Gli stakeholder, ma pure le scolaresche sono sempre benvenuti: rispetto a quando

operativi dei nostri genitori erano bunker inaccessibili, le cose sono cambiate in modo radicale. Insomma, non abbiamo più segreti da proteggere e anzi vogliamo offrire a chi lavora o viene a trovarci ambienti vivibili e gradevoli all'occhio", sottolinea Lombardi.

Visitati qualche settimana fa anche dal presidente della Regione Emilia Romagna, Bonaccini, gli spazi all'interno del rinnovato quartier generale di LTM ospitano un'azienda che basa il proprio successo principalmente su tre capisaldi: etica, benessere e fiducia. "Non abbiamo un catalogo ma offriamo servizi e siamo fortunati perché intorno a noi c'è tutto quello che serve – commenta il dg della Pmi di base a Castrocaro Terme –. Lavoriamo con i distretti italiani in quanto, a parte nel nostro Paese, in giro per il mondo non ci sono tacchifici in grado di accompagnarci in questo viaggio commerciale, visto che non facciamo un prodotto finito. Ma abbiamo la competenza per proporre soluzioni che vengono regolarmente accettate dai committenti".

Una macchina da corsa che segue il modello di produzione *Just in time* per garantire massima velocità d'esecuzione ai grandi player che continuano a dare fiducia alla LTM. "Anche se corte, le *supply chains* sono in crisi totale e gli accordi sulle consegne devono



ESEMPI DI PRODUZIONI LTM

essere rivisti in continuazione – aggiunge Lombardi –. Il *Just in time* è perciò diventato "quasi" *Just in time* e i tempi si sono fisiologicamente allungati a causa pure della carenza di forza lavoro provocata dal Covid-19. Quando è mancato lo specialista in una posizione chiave, insomma, i problemi non sono certo stati di poco conto".

Continuare a far navigare la nave con la barra dritta, in un momento reso estremamente instabile dagli effetti dell'aumento dei costi di energia e materie prime, non è sicuramente un compito agevole. Impennata delle uscite che l'azienda romagnola è comunque riuscita a metabolizzare anche per i costi variabili bassi generati da una produzione di questo tipo. "Le nostre bollette si sono quadruplicate, ma complessivamente i numeri sono rimasti bassi, anche se saremo in ogni caso costretti ad aggiungere un 5% ai listini. Non sarà però il 30% deciso da

altre realtà commerciali, merito pure del prodotto ad alto valore aggiunto messo sul mercato da LTM. L'imprenditore italiano ha infatti l'obbligo dell'eccellenza e, per mantenere un alto profilo, deve per forza pensare come una startup. Investendo di continuo e pesantemente in tecnologia". Un impegno nel campo dell'innovazione che, a partire dal 2017 è costato ben dieci milioni di euro all'azienda con quartier generale a Castrocaro Terme.



**Sergio Torrissi**

[f Facebook](#) [Twitter](#) [G+ Google+](#) [in LinkedIn](#)

Territorio

Emilia Romagna

Categoria: Imprese Di **SERGIO TORRISI** 22 Febbraio 2022

Tags [Dal territorio](#) [Export](#) [Made in Italy](#) [Moda](#) [PMI](#)

PREVIOUS

◀ **Il nuovo romanzo di Houellebecq è made in Italy**

**CERCA SUL PORTALE**

Digita e premi invio ...

Impostazioni dei cookie