



**ALBA&N.**

UN PUNTO DI RIFERIMENTO PER IL MONDO DELLA CALZATURA



**Il team di Alba&N, al centro (in rosso) Teuta Pistolja ed accanto, sulla destra, Nikolin Lleshi fondatore di Alba shoes group  
Alba&n's team: in the middle (wearing red), Teuta Pistolja and, next to her on the right, Nikolin Lleshi, Alba Shoes Group's founder**

*Forte di un know-how specialistico, di una lunga esperienza e di costanti investimenti in tecnologie all'avanguardia, l'azienda ha conquistato un'importante fetta di mercato, presentandosi come un partner affidabile per le realtà del comparto calzaturiero.*

**C**ompetenza, professionalità, una spinta costante verso la ricerca e l'innovazione: Alba Shoes Group e il marchio Alba&n. mettono a disposizione della clientela una variegata gamma di scarpe, fashion, sicurezza e lavoro, realizzate con materiali e componenti di prima qualità, capaci di garantire non solo performance eccellenti, ma anche il massimo del comfort e della sicurezza. Un impegno costante che ha fatto di questo gruppo uno dei punti di riferimento per tutte le realtà del comparto calzaturiero, compresi diversi brand di fama internazionale. L'amministratore unico Teuta Pistolja ci ha spiegato più nel dettaglio quali sono i punti di forza e gli obiettivi di questa impresa.

#### **Quando è nata l'azienda?**

Alba Shoes Group nasce in Albania nel 1993, quando a Lac viene inaugurato il primo tomaificio, quindi uno stabilimento specializzato unicamente nella produzione di tomaie. Per quanto riguarda Alba&n., invece, il marchio è stato fondato nel 2006. Nel corso degli anni, la richiesta è diventata sempre più grande e abbiamo cominciato a collaborare con brand internazionali abbastanza importanti. Inizialmente, ci siamo concentrati sul settore fashion

e realizzavamo tomaie di tutti i tipi, per calzature da uomo, donna e bambino, sportive.

#### **In che periodo vi siete approcciati al settore della calzatura di sicurezza?**

Dopo il 2000. Innanzitutto, ci siamo specializzati nel lavoro di tomaia e di montaggio, perché una calzatura da lavoro richiede delle competenze specifiche, e successivamente, quando abbiamo capito che questo settore ci piaceva e ci affascinava, abbiamo iniziato a sviluppare anche le soles. I primi modelli avevano uno stile basic. Nel 2007, nel giro di pochi mesi, abbiamo lanciato tutta la gamma, mentre nel 2008 abbiamo partecipato per la prima volta alla fiera Expo Protection di Parigi e successivamente a A+A di Düsseldorf. Dal 2010, abbiamo iniziato a cambiare un po' la nostra mentalità, preferendo portare calzature sì da lavoro, ma con un tocco moda, sportivo e innovativo. Comunque sia, la nostra è stata indubbiamente la prima azienda a presentare le sneaker in fiera.

#### **Quali sono i punti di forza della vostra produzione?**

Flessibilità di produzione e di servizio e personalizzazione: non richiediamo minimi d'ordine troppo grandi e facciamo di tutto per





**ALBA&N.**

UN PUNTO DI RIFERIMENTO PER IL MONDO DELLA CALZATURA



La sede di Andria  
The headquarters based in Andria



andare incontro ai bisogni dei clienti. Per questo, ci impegniamo a offrire calzature studiate su misura in base a richieste specifiche. Possiamo contare sul lavoro della modelleria interna al nostro stabilimento italiano e riusciamo a fornire campioni molto velocemente. Inoltre, disponiamo di un laboratorio interno dotato di macchinari e strumentazioni che effettuano test a campione sia sui lotti delle materie prime che sul prodotto finito, in modo da garantire il massimo della qualità e sicurezza.

**Quanto è importante per voi il concetto di innovazione, sia dal punto di vista tecnologico che dei materiali?**

Le nostre fabbriche, in Italia e in Albania, sono strutture moderne e all'avanguardia, equipaggiate con tecnologie di ultima generazione, a basso impatto ambientale e dai consumi ridotti. Per i macchinari a iniezione e per gli stampi ci rivolgiamo ai migliori produttori italiani. Da questo punto di vista, abbiamo investito molte risorse e siamo molto contenti dei risultati ottenuti. Per quanto concerne

i materiali, invece, siamo costantemente impegnati in attività di ricerca. Non sempre quello che sviluppiamo finisce in produzione, ma ogni anno desideriamo portare qualcosa di nuovo. Inoltre, c'è una bella sinergia anche con le realtà di questo distretto e siamo sempre pronti a raccogliere gli input dei fornitori locali.

**Quali sono i vostri mercati di riferimento?**

Oltre che in Italia, lavoriamo prevalentemente in Europa, ma ci stiamo affermando anche sui mercati arabi, dell'America Latina e dell'Africa.

**Secondo lei, è necessario promuovere una nuova cultura della scarpa da lavoro?**

Assolutamente sì. È importante educare le persone. A pensarci bene, siamo pronti a spendere molti soldi per calzature che indossiamo relativamente poco e pretendiamo di risparmiare al massimo su scarpe che dobbiamo portare per 10/12 ore al giorno. Ormai ho notato che molte persone decidono di portare le nostre calzature anche dopo l'orario di lavoro, nel loro tempo libero. La cosa sorprendente è che, a fronte di un prezzo minore, le scarpe e l'abbigliamento di sicurezza vengono realizzati con materiali incredibilmente innovativi e sottoposti a test molto più rigorosi rispetto a quelli del comparto fashion. Va bene il marchio, va bene il marketing, ma le ore che impieghiamo al lavoro rappresentano una grande fetta della nostra vita, pertanto non possiamo permetterci di sottovalutare aspetti quali benessere, salute e sicurezza in ambito lavorativo.

[www.albaen.it](http://www.albaen.it)



Lo showroom di Trani  
The showroom located in Trani



**ALBA&N.**

## A BENCHMARK FOR THE SAFETY SECTOR



Thanks to a high-profile know-how, to a long-standing experience and to steady investments in state-of-the-art technologies, the company has managed to win over a significant market share, growing into a reliable partner for the footwear industry.

**E**xpertise, professionalism, a constant drive to innovation and research: Alba Shoes Group and the Alba&n. brand provide the clientele with an ample range of shoes – fashion, safety and work models -, made with top-quality materials and components, able to ensure top-notch performances, the utmost comfort and prime safety standards. A steady commitment that has helped the group become a reference point for the whole footwear sector, praised by several internationally renowned brands as well. Teuta Pistolja, sole director, explained in depth the enterprise's strengths and goals.

### **When was the firm established?**

Alba Shoes Group was founded in Albania in 1993, when the first facility specialized in the production of uppers was opened in Lac. As for Alba&n., on the other hand, it was established in 2006. Over the years, the demand has grown more and more, so much so that we have kicked off some partnerships with prominent international brands. At the beginning, we focused on the fashion sector, thus manufacturing uppers for all type of footwear, men's, women's, children's and sports shoes.

### **When did you start dealing with the safety footwear sector?**

After 2000. First of all, we specialized in the upper manufacturing and assembly processes, because work shoes require certain skills and, later on, once we understood that we were highly interested in this field, we turned to the development of soles as well. The first models featured a basic style. In 2007, in a matter of months, we launched the whole range, while, in 2008, we attended for the first time the Expo Protection exhibition in Paris and A+A in Düsseldorf. Since 2010, there has been a slight change in attitude: still focused on the production of safety shoes, yet preferring a sporty, innovative design with a fashionable touch. Be that as it may, ours was undoubtedly the first company to ever showcase sneakers during a trade show.

### **As for production processes, what are your key strengths?**

Flexibility, both production- and service-wise, and customization: we do not have a high minimum order rate and we do everything in our power to meet the customers' requirements. For this reason, we aim at supplying models tailored to the clientele's specific demands. We can rely on the support of the in-house

pattern-making department, based in our Italian plant, and we manage to provide samples quickly. Moreover, we have an in-house laboratory equipped with cutting-edge machinery and tools so as to carry out sample tests on both raw materials' batches and on the finished product, thus guaranteeing first-rate quality and safety standards.

### **Innovation: what is the role played by this pivotal concept technology- and materials-wise?**

Our factories based in Italy and Albania are modern, state-of-the-art facilities, provided with cutting-edge technologies with a low environmental impact and boasting reduced consumption levels. Concerning injection machines and moulds, we turn to the best Italian manufacturers. As a matter of fact, we have been investing significant resources and we are satisfied with the results. As for materials, on the other hand, we are thoroughly committed to research activities. Said projects do not always turn into reality; however, we strive to develop something new every year. Furthermore, the synergy with the district is very fruitful, given that we often take heed of local suppliers' suggestions.

### **What are your reference markets?**

Besides Italy, the majority of our customers is based in Europe. However, we have been gaining a strong foothold in other markets as well, especially Arab countries, Latin America and Africa.

### **In your opinion, is it necessary to foster a new safety footwear culture?**

Absolutely. We should raise people's awareness. When you think about it, we are ready to spend a lot of money on a pair of shoes we seldom wear, while we insist on saving as much as possible when it comes to models conceived to be used for 10/12 hours a day. I have noticed that people choose to wear our shoes even in their leisure time, after the working day. The surprising thing is that, despite their lower price, safety footwear and workwear are produced with incredibly innovative materials, subject to way stricter tests compared to the fashion sector. The brand name and marketing activities are certainly important, yet work is an integral part of our life: therefore, we can't afford to underestimate key concepts such as wellbeing, occupational health and safety.

[www.albaen.it](http://www.albaen.it)