



10

VENERDÌ 18 GIUGNO 2010 L'ECO DI BERGAMO

ECONOMIA

Moda, dal Pitti attese positive con l'euro debole

Ottimismo tra gli espositori bergamaschi a Firenze
 Nuove proposte con modelli vintage e materiali esclusivi

■ In uno scenario di mercato ancora fermo e contraddittorio, le speranze degli espositori bergamaschi presenti a Pitti Immagine Uomo, primo della nuova stagione, la primavera-estate 2011, sono riposte soprattutto nell'export. Le sensazioni raccolte tra gli stand del salone fiorentino è che le vendite estere dovrebbero beneficiare, almeno nel breve periodo, dal rafforzamento del dollaro e della yen nei confronti della valuta europea. Ancora fermo, invece, il mercato nazionale che sta scontando pesantemente gli effetti della crisi.

«La favorevole fluttuazione dei cambi è un indubbio vantaggio soprattutto nell'area legata al biglietto verde - esordisce Daniele Grassi del Magificio Dalmine (68 dipendenti, oltre 6 milioni di fatturato nel 2009, sempre in flessione del 15% sul 2008) - il rallentamento dell'estero ci ha notevolmente penalizzato, anche se i mesi più difficili sembrano però ormai alle spalle. La riorganizzazione si è conclusa e cercheremo di sfruttare l'attuale debolezza dell'euro per cogliere il rinvio di Stati Uniti, Est Europa e Cina, che attualmente assorbe il 15% della produzione».

Sui nuovi ricchi del Far East fa pressa soprattutto l'originalità e l'alta qualità del made in Italy, valori nei quali da sempre si identifica il marchio. Per enfatizzarli il marchio Dalmine ha inserito nella nuova collezione una serie di capi realizzati con un prezzettissimo cotone egiziano, disponibile in pochi lotti.

Punta sul cotone biologico invece il Magificio Scaglione di Bergamo, azienda di nicchia con 20 dipendenti e due milioni di fatturato realizzato per lo più in Italia. «Notiamo sempre più acquirenti attenti - spiega Giovanni Scaglione - che controllano la composizione e chiedono la tracciabilità del capo che la nostra etichetta garantisce». Il capo cuit della prossima primavera estiva è una felpa in cotone green, da usare anche come sottogiacca in alternativa alla camicia.

Ottimista, seppur con cautela, Luigi Mazzoleni della Mazzoleni Gloves di Mozzo (15 dipendenti, 600 mila euro di fatturato), dove sono in continua progressione le vendite fuori dai confini nazionali, che hanno ormai toccato soglia 80%. «Nostro punto di forza sono i modelli d'epoca, soprattutto guanti da guida in voga ne-



gli anni '30, richiestissimi da gentilemani driver europei, giapponesi ed americani - spiega - Ogni paio richiede almeno due ore di lavorazione. L'emblema del look Salfra è invece la sahariana di camoscio effetto vintage con interno in denim. L'azienda di Bergamo, guidata dalla famiglia Salfra confida in una ripresa nell'ex area del marco, negli Usa e nel Sud Levante. Esportando il 60% dell'offerta, conta di far crescere di qualche punto il fatturato (2,2 milioni di euro con 19 dipendenti), dopo la flessione del 20% del 2009.

Conta sul rafforzamento della moneta verde per recuperare il calo del giro d'affari (meno 10% del 2009) anche Paolo Maffei della storica camiceria Emanuele Maffei (32 dipendenti, 2 milioni di euro di fatturato, per l'80% realizzato all'estero), «il su misura non basta più, oggi bisogna andare altro» dice Maffei. Le camicie dell'azienda non solo sono confezionate a regola d'arte, ma mostrano dettagli raffinatissimi, dalla nuova palette cromatica dei turchesi e dei verdi ai bottoni in madreperla colorata. L'occhio ormai attento di righe trova l'avanguardia in stampe

anni '70. E nell'inserimento dei nuovi boxer da bagno, sempre full color. Artigianalità e sperimentazione sono la ricetta anti crisi anche di Zilli, colosso francese (70 milioni di fatturato) che tre anni fa a rilevato la fabbrica di camicie Eugenio B di Carpi, diventata il polo esclusivo per il prodotto per tutto il gruppo. «Una delle prime in Europa per storia e competenza - dichiara Luciani Negrini, sales manager - il nostro gruppo è da sempre posizionato nell'altissima gamma, con articoli che partono da 480 euro fino ad arrivare a 1.060-1.200 euro. Fior di can-

amiche che vestono il Gotha europeo, e non solo». Tra i clienti Vip del brand figura anche il re del Marocco. Anche per Negrini la situazione dei prossimi mesi dovrebbe migliorare grazie alla maggiore competitività dei prodotti europei a seguire del recupero del dollaro. Zilli punta soprattutto a rafforzare la sua presenza nei Paesi dell'ex Unione Sovietica che riveste un peso rilevante nella quota (60%) destinata all'esportazione. Stessi umori e stesse riflessioni, seppure declinate in modo diverso, anche negli stand degli altri parteci-



ALZARO
V&V AMPLIA LA GAMMA DAL -SU MISURA- AL CASUAL JEANS

«Il cambio più favorevole ha cambiato l'approccio con i buyer internazionali: conferma Monica Valoti, responsabile sviluppo prodotto della V&V Italian Style di Alzano, che risponde a Firenze da lungo con i brand Sonrisa e T-Transformazioni Uniti. La storia del gruppo affonda le sue radici nella camiceria di matrice sartoriale, ma col passare degli anni, la linea di punta Sonrisa è stata affiancata da un'offerta casual di alto livello, intrinsecamente made in Italy. L'ultima novità in mostra a Pitti le shirt in jersey, con speciali finisaggi che danno a cotone e lino un aspetto visuale. E una collezione di denim, dedicata a un target quanto mai trasversale».

«In complemento che ci ha permesso di contenere il calo degli articoli più classici e offrire più stimoli ai nostri rivenditori», spiega la Valoti. In quest'ottica è stato messo a punto un programma di sostegno ai retail che comprende anche degli «Open day su misura», presso i vari punti vendita. «In nostro scarto va nel negozio - aggiunge - prevede appuntamento con i clienti per offrire un servizio ancor più personalizzato al cliente».

Una strategia di fidelizzazione che oltre a conquistare un pubblico ancora di difficile a spendere se ritiene che gli venga offerto il massimo della qualità e del servizio. Tornando allo stile, trattamenti e lavaggi particolari caratterizzano anche un altro marchio, acquisito recentemente, dell'azienda di Nembro (alla quale fa capo dal 2008 anche il brand di camiceria Ghirardelli). Si tratta di J.W. Kally, con il quale V&V debutta nella fascia alta del mercato della jeanseria da uomo, con capi in vendita da aprile la prima risposta è stata positiva e i prossimi paesi saranno il debutto in Svezia, Paesi Bassi, Francia e Germania e la risposta dall'esterno inverteva il 11-12% di modelli jeans da donna.

Serena Brivio

L'OFFICINA DELLA MODA

«ESERCITO ITALIANO» VARCA IL CONFINE

Si è fatto notare lo stand allestito a Pitti da «L'Officina della Moda» di Carvico, 40 dipendenti, 18 milioni di euro di fatturato, 20% realizzato all'estero. A colpire i visitatori è stata soprattutto la presenza dei soldati italiani in veste di testimonial del marchio «Esercito Italiano», prodotto e distribuito dall'azienda bergamasca. Un successo a giudicare dai numeri nel giro di quattro stagioni, il fatturato del brand tricolore è balzato da 200 mila a oltre tre milioni di euro. Gli ingredienti di questa escalation? «Il fascino della divisa - sostiene Patrizio Villa, titolare con i fratelli dell'azienda -». Se un tempo il mimetico veniva associato alla guerra e quindi aveva un impatto negativo sul pubblico, oggi la presenza delle mostrine Arma nelle nuove collezioni di moda in missione di pace attira e conquista. «Non solo in Italia, tanto che «L'Officina della Moda» ai 10 monarca sul territorio nazionale ha recentemente aggiunto il suo

primo negozio all'estero, a Winterthur in Svizzera. Tre ulteriori aperture di monarca (in Lombardia, Piemonte e Lazio) sono previste entro fine anno, mentre parallelamente cresce il canale di vendita con «corner» in negozi plurimarca. Tutta la collezione è personalizzata con stemmi originali dei vari settori dell'Arma, con chiari riferimenti ai capi tecnici. Impera il camouflaging, le chiusure sono in velcro, il militar look spicca in qualche caso i simboli della rock generation. Novità della stagione 2011 è la collezione Sky Collection, realizzata con il tessuto di paracaduti dismessi, con tanto di matricola originale del successo della Sky jacket, presentata nella scorsa stagione e subito «stata esaurita», con 300 pezzi venduti in meno di un mese. L'idea di allargare la proposta ad altri modelli di giacche e giilet.



S. B.

BERGAMO ENERGIA
 Società per Azioni
 Sede in Bergamo, Via E. Novelli n.11
 Registro Imprese di Bergamo n.02730770167
 Codice Fiscale e Partita IVA 02730770167

AVVISO CONVOCAZIONE
 È convocata presso lo studio del Notaio Jean Pierre Fantini in Bergamo, Via Pradello n. 2, per il giorno 19 giugno 2010 alle ore 11.00 l'assemblea straordinaria del Soc per discutere e deliberare sul seguente

ORDINE DEL GIORNO

1. Esame ed approvazione della situazione al 31/03/2010;
2. Provvedimenti ai sensi dell'art. 2447 c.c., ripianamento perdite e ricezione capitale sociale.

L'intervento in assemblea è subordinato all'osservanza delle norme di Legge e di Statuto.

Bergamo Energia S.p.A.
 L. PRESIDENTE: Dr. Giancarlo Benigni

sinesenergia S.R.L.

PARCO FOTOVOLTAICO DI SPIRANO
19 GIUGNO 2010 ORE 10:30

SPIRANO (BG) VIA LEONARDO DA VINCI 51

sinesenergia S.R.L.
 è una società partecipata da

COF GROUP

Colosio Spa
 MARSELLA COSTRUZIONI GENERALI