

# ECONOMIA È UNA CRISI DI CRESCITA

## DA NAPOLI ALLA VIA EMILIA, FENOMENI DEL MADE IN ITALY 2013: AZIENDE IN EVOLUZIONE, CON FATTURATI IN AUMENTO

DI GIORGIO LONARDI

C'è un'Italia della moda che nonostante la crisi continua a crescere, a esportare e a macinare profitti. Si tratta di un'Italia poco conosciuta, meno pubblicizzata, nata all'interno di distretti commerciali come il Centergross di Bologna e il Cis di Nola a due passi da Napoli. È attorno a questi due "poli", come racconta Enrico Cietta, economista, autore del volume *La rivoluzione del Fast Fashion* (Franco Angeli) che a partire dagli anni 90 si è sviluppato un modello di business vincente basato su una produzione (e un sistema di vendita) a "ciclo continuo" che superava le tradizionali collezioni stagionali. Un modello ancora valido che ha consentito ai commercianti di comprare piccoli lotti di prodotto "alla stanga" cogliendo le nuove tendenze della moda ed evitando di indebitarsi. Secondo Cietta, sia il Central Gross, in particolare, sia in modo diverso il Cis di Nola, sono riusciti a creare le condizioni per rendere molto competitive le imprese delle moda che si appoggiano ai loro servizi. Il motivo: l'opportunità di usufruire di un'ottima struttura logistica e soprattutto l'afflusso continuo di una clientela smagata, attenta sia al prezzo sia allo stile e al contenuto moda. Tanto è vero che le aziende nate e cresciute a Nola e a Bologna dimostrano una fibra superiore alla media. Fino al punto di dare il meglio di sé nei momenti di crisi. In termini tecnici si possono definire imprese "anticicliche".

**Da qui sono emersi una serie di campioni che da una parte si sono lasciati alle spalle i riti del fast fashion puntando invece sulla forza del brand, sulla comunicazione e sullo stile.** Mentre dall'altra hanno mantenuto un collegamento molto stretto con le esigenze dei clienti e la capacità di rispondere fulmineamente alle tendenze del mercato. Stiamo parlando per l'Emilia di marchi come Manila Grace ed Egò, Pinko, Liu Jo, Twin-Set Simona Barbieri, Kaos, Liviana Conti. Mentre dal vivaio del Cis

di Nola sono emersi nomi quali Phard, Piazza Italia, Camomilla, Carpisa e Kocca.

Emblematico il caso dell'emiliana Twin-Set Simona Barbieri, che nel 2012 ha registrato una crescita superiore al 30% rispetto al 2011 e che oggi è presente in Italia con 16 monomarca e 2 corner.

**Quanto al prossimo futuro Twin-Set vuole pigiare l'acceleratore prima sullo sviluppo del mercato italiano** per poi puntare soprattutto sull'estero con aperture di negozi a partire dal 2014. Lo conferma la scelta di inaugurare nel 2013 altri monomarca in città come Udine, Padova e Bolzano mentre si sta valutando una ulteriore apertura sia a Roma sia a Verona. E lo certifica la decisione di puntare poi su boutique Twin-Set a gestione diretta anche nei principali mercati esteri: Benelux, Spagna, Francia e Germania. Ma non basta. Perché l'azienda ha deciso di potenziare la nuova linea di accessori che sta registrando ottimi risultati, ed è ora diventata una collezione completa di borse e scarpe. Spostiamoci dall'Emilia a Napoli con Kocca, marchio di punta del Gruppo Germani, creato nel 1996 dai fratelli Miranda. Si tratta di un'azienda che ha avuto una crescita rapidissima: mille negozi multibrand in Italia e altri 750 all'estero con un fatturato all'export del 40%. La strategia futura è già tracciata: ai circa 20 negozi di proprietà a marchio Kocca si aggiungerà nel 2013 un flagship store a Milano seguito a sua volta da altri punti vendita nelle principali città italiane ed europee situati nelle più famose vie dello shopping e nei centri commerciali. La previsione è di raggiungere i 50 monomarca nel giro di tre anni e un fatturato all'export superiore a quello domestico. Secondo Andrea Miranda Ceo del Gruppo Germani non c'è dubbio: «Oggi il consumatore osserva e controlla in modo quasi maniacale il rapporto fra qualità e prezzo - che Deloitte definisce "value oriented" - come primo fattore di scelta degli acquisti. Ed è proprio il "value oriented" una delle chiavi del successo di Kocca».