

# «La moda del Centergross? Raddoppio in tre anni»

*La vicepresidente Lombardini: puntiamo su un nuovo brand*

di EVA DESIDERIO

— BOLOGNA —

**P**ROGETTI e obiettivi ambiziosi, molto ambiziosi. E tanta voglia di fare il grande salto verso il brand restando però sempre attaccati appassionatamente al territorio e alla città di Bologna. «Per questo un selezionato gruppo di nostre aziende parteciperà alla prima edizione di Link.it, la fiera del fast fashion che comincia il 19 giugno a BolognaFiere — racconta Alessandra Lombardini, vicepresidente del **Centergross**, il più grande polo commerciale della moda europea — e anche la mia azienda di famiglia, la Atos Lombardini. Noi di **Centergross** poi siamo cosponsor della serata di gala a Palazzo Re Enzo con concerto di Lucio Dalla, venerdì sera». Ma è la crescita del marchio **Centergross** e la nascita della sua nuova, e più moderna identità, la mission sulla quale i dirigenti del distretto nato nel 1977 sono più impegnati, per

primo il presidente Adriano Aere (titolare di Imperial Town), la vicepresidente Lombardini e l'intero consiglio di **Centergross** che rappresentano 600 aziende con 6000 addetti che lavorano in uno spazio immenso di 1.000.000 di mq a Fumo di Argelato. «Nel 2007 tutti insieme abbiamo fatturato oltre 5 miliardi di euro — continua la dottoressa Alessandra Lombardini — ma entro tre anni vogliamo raddoppiare questo risultato. Per questo ci siamo affidati a una società di consulenza per l'elaborazione di un piano di sviluppo che permetta a **Centergross** di rafforzarsi con un piano industriale che per prima cosa crei un brand immediatamente riconoscibile, utilissimo per presentarci sui mercati emergenti». Nei programmi futuri forse anche il cambio del nome, ma soprattutto la volontà di esportare all'estero

sempre più abiti concepiti in Italia e l'apertura di shopping center collettivi. «L'Emilia Romagna da sola è la seconda regione italiana per valore di esportazioni in Russia con l'8,8% del totale del mercato italiano e con un aumento nell'ultimo anno del 40,3% — continua — e il **Centergross** nell'ultimo anno ha fatto passi enormi nei paesi emergenti, dove va il 50% del nostro export. Sul mercato interno inutile nascondere la crisi si fa sentire. Ma noi che garantiamo ai clienti riassortimenti veloci, anche ogni 30 giorni, siamo la soluzione a questa crisi perché permettiamo ai negozi di abbigliamento di rinnovarsi e di far girare il loro fatturato anche 20 volte in un anno, con collezioni sempre più ravvicinate e mirate. Addio due sole collezioni, come un tempo, oggi

la moda corre alla velocità della luce!».

**I NUMERI**  
Nel 2007 le aziende del grande centro hanno fatturato oltre 5 miliardi di euro

**L'AVVENTURA**  
di quella che una volta si chiamava

moda pronta e che era affidata a grossisti che vendevano a una fascia statica del mercato, si è trasformata in un business dinamico e straordinario, un «caso» studiato nelle università internazionali dove il **Centergross** viene costantemente monitorato per la flessibilità del suo modello produttivo. Ora tra i clienti principali ci sono anche le grandi catene come Harvey Nichols, oltre a boutique di nicchia che cercano di vivacizzare le proposte anche più volte all'interno di una stessa stagione. Nuova linfa, dunque, e nuova moda assolutamente «fast» ma calibrata sulle ultimissime tendenze grazie al pool stilistico che agisce nel distretto. «La nostra ambizione adesso è quella di fondare un'Accademia della Moda del **Centergross** che sia focalizzata su Bologna, la sua cultura, i suoi eventi più importanti e che promuova le necessarie nuove professionalità e lavori sui giovani stilisti».



## La fashion maschile fa sfilare i risultati migliori dalla crisi 2001

— FIRENZE —

LA MODA maschile è stata determinante per i risultati soddisfacenti del 2007 dell'industria dell'abbigliamento italiano tanto da aver chiuso il 2007 con i migliori risultati dalla crisi del 2001. Lo rileva lo studio di Sistema moda italia (Smi) realizzato per Pitti Immagine e presentato alla vigilia di Pitti Immagine Uomo che si svolgerà da domani al 21 giugno alla Fortezza da Basso. Dopo un biennio di sostanziale stabilità, il settore ha infatti archiviato il 2007 con un fatturato in significativa crescita (+6%) a 8,6 miliardi di euro, contribuendo al 16% del turnover annuale della filiera tessile-moda italiana (valore che, se si considerano solo i comparti «a valle», raggiunge oltre il 27%). Nel 2007 le esportazioni di moda maschile hanno registrato una decisa accelerazione (+6,8%) che ha consentito alle vendite estere di mantenere (al 59%) il proprio contributo al fatturato totale del menswear.

### LINK.IT

Un gruppo di aziende del **Centergross** parteciperà al **Link.it**, la fiera del fast fashion che si aprirà il 19 giugno a Bologna. A destra un modello della **Atos Lombardini** e, sotto, la veduta aerea del **Centergross** a Fano di Argelato nel Bolognese

