



Marketing Journal

Club del Marketing e della Comunicazione



Redazione: via Andrea Costa 7 - 20131 - Milano - tel/fax **02 2610052** - mail: redazione@marketingjournal.it
 Responsabile di Redazione: Stefano Mastronicola - Redazione: Barbara Tomasi - Maurizio Turoli

Google™

Cerca

Lunedì 26 maggio 2008

[Torna alla Home Page](#)

Quando la globalizzazione diventa un'opportunità



Nel più grande distretto europeo per il commercio, grazie ad una valida sinergia tra le aziende, si è ribaltato il trend generale e le economie emergenti sono diventate valide alleate per ampliare il mercato.

Il Centergross è una vera e propria fiera permanente nata nel 1977 dall'intuizione di alcuni imprenditori bolognesi che decisero di unirsi in un polo commerciale organizzato, attuando così una "cooperazione competitiva", capace di superare i reciproci timori di concorrenza. Una formula assolutamente innovativa per l'epoca che ha portato il centro ad un graduale sviluppo e alla crescita non solo in termini di fatturato ma anche di espansione e promozione della creatività Made in Italy. La struttura oggi è di 1.000.000 di mq, di cui 400 occupati da capannoni; 5.000 i lavoratori, il volume annuo complessivo di affari è di oltre 5 miliardi di euro.

Tra i diversi settori merceologici - dall'oggettistica agli elettrodomestici, alla farmaceutica - la punta di diamante è rappresentata dalla moda e dal **ready to wear** : infatti delle oltre 500 aziende del Centergross, il 60% appartiene a questa categoria e l'incidenza nel fatturato totale annuo è del 75%. E' il fast fashion, l'abbigliamento d'alta gamma con

consegne a 30/60/90 il fiore all'occhiello del centro, un settore che negli anni ha acquisito sempre visibilità, con un raffinata ricerca stilista sia nelle collezioni che nei riassortimenti interstagionali, negli ultimi anni arricchiti settimanalmente con capi calibrati sui trend più nuovi.

Non è dunque un caso che Bologna, 'patria' del Distretto commerciale, ospiti – dal 19 al 22 giugno- Link.it, la prima fiera dedicata alla moda d'alta gamma, specializzata nelle consegne veloci. Un'occasione che accende i riflettori sul Centergross - che sarà presente alla manifestazione fieristica con una selezione delle sue aziende -, e sulla sua realtà commerciale, esempio d'eccellenza dei manufatti italiani: radicamento al territorio, tradizione artigianale e ciclo produttivo interamente Made in Italy, sin dalla creazione dei tessuti, sono la carta vincente del ready to wear targato Centergross . Prodotti ambiti non solo dal mercato nazionale ma anche da quello estero, in primis Cina e Russia, dove va il 50% dei prodotti . A questo proposito è interessante sapere che **L'Emilia Romagna** è la **seconda regione d'Italia** per valore delle **esportazioni in Russia** , con il 18,8% del totale del mercato italiano e con un aumento, nell'ultimo anno di ben il 40,3%.

Il distretto bolognese si prepara a questa sfida per il futuro ampliando la propria struttura, con spazi pronti ad aprirsi ad altri settori merceologici come arredamento, calzature ed accessori e design. "La nostra finalità - sottolinea il presidente del Centergross, **Adriano Aere** - è di incrementare il flusso di clientela straniera verso il distretto, promuovendo la qualità dell'Italian Style attraverso una serie di iniziative mirate: l'obiettivo è farlo diventare sempre più una fiera permanente, caratterizzata da un'offerta di prodotti di merceologie diverse, ma accomunati dallo stesso marchio: 'Made in Italy'. E' questo il nostro plus: la modernità nell'offerta e nei servizi".

|>