



Peserico, la crescita passerà dalla Cina

L'AZIENDA VENETA NEGLI ULTIMI DUE ANNI HA REGISTRATO UNA CRESCITA A DOPPIA CIFRA. MERITO DEL MERCATO ESTERO CHE APPREZZA LO STILE CLASSICO E LA QUALITÀ DEI CAPI "MADE IN ITALY". PROSSIMO OBIETTIVO: I PAESI DEL SOL LEVANTE

Martina Marchiorello

Milano

«**E** manciare le donne partendo da un capo d'abbigliamento iconico, il pantalone: è stato questo 55 anni fa il sogno di mia madre, Mary Peserico. Oggi il mio compito è far vivere il marchio e impegnarmi per la sua evoluzione». A parlare è Riccardo Peserico, amministratore delegato e direttore creativo di Peserico Confezioni, che dal 2006 porta avanti il business di famiglia insieme alla moglie Paola Gonella, responsabile insieme a lui dell'ufficio stile.

L'azienda, nata nel 1962 a Cornaredo Vicentino, oggi è un esempio di successo imprenditoriale italiano tanto da aver meritato recentemente due importanti riconoscimenti. Il primo consegnato lo scorso 24 novembre presso la Borsa Italiana di Milano durante il summit "Le Fonti Awards 2017" come "eccellenza dell'anno, innovazione & leadership italian fashion brand" per essere una "solida realtà che ha saputo puntare sull'innovazione e sulla continua crescita tecnologica costruendo la propria storia imprenditoriale sull'alta qualità dei tessuti, unita alla cura e precisione sartoriale dei dettagli".

Sono proprio l'esclusività dei materiali, l'accuratezza delle rifiniture tipiche dell'imitabile tradizione italiana a fare la differenza in un capo Peserico, come specifica Paola Gonella: «Il nostro marchio è sinonimo di qualità ed eccellenza, ti fa sentire speciale e a tuo agio già la prima volta che lo indossi». Merito di un know-how artigianale, che risiede nelle mani e nei gesti degli oltre 100 addetti che lavorano nella sede di Cornaredo Vicentino, da dove negli anni la collezione si è evoluta da mono prodotto a total look, mantenendo invariato il gusto e lo stile.

Ed è stata proprio questa prima evoluzione a dare la spinta per un'ulteriore crescita, messa a segno negli ultimi anni grazie al desiderio di Riccardo Peruffo di aprirsi a nuovi mercati. «L'Italia ormai è stabile, abbiamo aperto 7 monomarca (Milano, Roma, Verona, Torino, Forte dei Marmi, Firenze Santa Margherita) oltre a due corner rispettivamente in Rinascenza a Milano e Roma, ma è una realtà molto elitaria e già ricca di eccellenze».

Oggi l'obiettivo dichiarato è l'estero: «Siamo intorno al 70% in termini di quote di mercato sul totale» puntualizza Peruffo. Un dato che è valso all'azienda il premio per l'internazionalizzazione, consegnato il 28 novembre scorso nel corso della quarta edizione dell'evento "FFF Save the brand" e che ha sancito il successo dell'azienda veneta in tema di «presenza internazionale con programmi di ulteriore espansione, volumi di vendita raddoppiati in 5 anni e intenso programma di distribuzione». Ed è stata proprio l'efficiente distribuzione che ha permesso al marchio di sbarcare oltreoceano negli Stati Uniti dove ha sede uno dei tre showroom direzionali (a New York, gli altri due sono a Milano e Dusseldorf) e dove è stata da poco inaugurata una vetrina a East Hampton.

Ma l'espansione non si ferma all'America, lo

stile classico e intramontabile dei capi Peserico è molto apprezzato anche in Russia (a San Pietroburgo è stato recentemente aperto il secondo flagship store) e nei paesi del Sol Levante. Proprio lì si intensificano gli sforzi distributivi, come conferma Riccardo Peserico: «La Cina oggi è il nostro obiettivo più importante». E più redditizio visto che gli analisti contano che il solo mercato cinese valga intorno ai 23 miliardi di euro, quasi il doppio degli Stati Uniti.

Una grossa scommessa per l'azienda veneta nata "in casa", ma che si è saputa adattare ai tempi e ai consumi trasformandosi in un esempio di business vincente. Di sicuro la più grande soddisfazione per la fondatrice, Mary Peserico, che oggi dichiara «non è solo la mia azienda, è la mia famiglia e la mia vita».



Riccardo Peserico Peruffo e Paola Gonella i coniugi alla guida di Peserico

