

Il Sole 24 ORE

www.ilsole24ore.com

QUOTIDIANO POLITICO ECONOMICO FINANZIARIO ♦ FONDATA NEL 1865

Corsetteria

Delmar apripista con lo shop online



Anteprima. Un costume da bagno Delmar per la prossima estate

Cristina Jucker

Ancora una volta la chiave del successo è l'innovazione. Quella legata alla moda, sì, ma soprattutto quella tecnologica. Francesco Macchi è l'amministratore delegato del gruppo Delmar di Alserio (Erba), nel distretto tessile comasco. Azienda di famiglia (fa capo all'a.d. e ai suoi due fratelli) che dagli anni 30 produce corsetteria e modamare, con un fatturato che l'anno scorso ha raggiunto 12 milioni, ma quest'anno si fermerà un po' sotto. «La corsetteria ha sofferto per la crisi - spiega Macchi - mentre la moda mare è andata bene, è cresciuta del 20% rispetto al 2008. Non abbastanza però per compensare del tutto il resto».

La ricerca sui materiali è una delle componenti fondamentali dell'attività di Delmar («peraltro non riconosciuta né agevolata dal governo come tale» lamenta Macchi): in questo momento l'azienda è impegnata in

un progetto con Invista, tra i maggiori produttori di polimeri e fibre al mondo, proprietaria del marchio Lycra, per studiare l'utilizzo della termosaldatura con questa fibra, che resta elastica (a differenza di altri tessuti termosaldati).

Situata nella fascia alta di mercato, la Delmar produce per private label (come le linee top della catena austriaca Palmers) ma anche per grandi griffe della moda. Oggi, però, l'attività è concentrata soprattutto sui propri marchi (in particolare la collezione Ritratti), con vendite all'estero superiori al 50% del fatturato. Germania, Francia, Belgio e l'Europa in generale sono i mercati di maggior successo, insieme alla Russia (quest'anno un po' indebolita), al Giappone e agli Stati Uniti.

Ma la vera novità di queste ultime settimane è l'avvio del negozio online, un canale ancora poco diffuso in questo settore: «Abbiamo aperto le vendite da

poco - spiega Macchi - e devo dire che funziona, soprattutto per i prodotti più continuativi. Una volta provato un capo si può tranquillamente continuare a ordinarlo via internet».

Francesco Macchi è anche presidente del consorzio italiano export lingerie, che riunisce una ventina di aziende italiane di corsetteria e mare, tutte di fascia alta. E che rappresenta un esempio virtuoso, quasi unico, nel panorama italiano: «È un luogo di confronto tra colleghi, non ci si guarda come concorrenti». Ma c'è di più: «Ci presentiamo uniti alle principali fiere di settore, in particolare il Sil di Parigi - spiega Macchi - e questo ci consente di negoziare tariffe più basse e di avere grandi vantaggi. Non solo. Insieme con l'Ice, presenteremo un "villaggio Italia" con 27 aziende di intimo e 54 marchi. Prenderemo più di mille metri quadrati al Sil di gennaio. Con una grande visibilità».