

Il Salone di Milano

Accessori, tante novità in arrivo

Brand extension e delocalizzazione per sfruttare la ripresa del mercato di moto e scooter.

Suomy, produttore comasco specializzato nella nicchia dei caschi "alto di gamma", per diversificare l'offerta all'Eicma 2006 presenterà la sua prima linea di capi d'abbigliamento tecnico in pelle, in stile racing e i prodotti frutto di alcuni accordi di licenza. Con il marchio della società arrivano un profumo motociclistico, prodotto da Deborah Italia, anticipa Umberto Monti, 50enne presidente di Suomy, ma anche la collezione autunno-inverno 2007/08 la linea Junior Team, i capi d'abbi-

gliamento Brummel per bambini dai 6 ai 16 anni che vogliono emulare il padre motociclista. C'è anche la linea di gioielli Bergamini & Molinari in acciaio e materiali hi-tech ispirata alle due ruote oltre a tre modelli di orologio della Iwd per finire con i 12 modelli di caschetti per la bicicletta della Kask.

«Puntiamo all'alto di gamma e sui modelli racing che i cinesi non riescono a produrre — spiega Monti — ma molti costruttori europei sono in crisi». Il fatturato 2006 di Suomy, realizzato con 220mila caschi, sarà di 40 milioni e il prossimo anno l'obiettivo è di superare i

44 milioni. Il 75% della produzione è esportata e i principali mercati sono quelli di Usa, Italia e Spagna.

Anche Franco Scanagatta, a.d. della Dainese, marchio dell'abbigliamento specializzato per la moto che negli ultimi anni ha iniziato a diversificare l'offerta, per il prossimo anno si attende una crescita del business del 10% mentre il consolidato 2006 sarà intorno ai 110 milioni. «Il mercato è abbastanza in ripresa — dice — ma c'è una certa base di maturità, dove si inseriscono player dell'ultimo momento, con modelli non qualificati e con la tendenza ad ap-

piattare l'offerta». Dainese punta ad introdurre capi per l'urban style, un po' tecnici che ricordano le competizioni.

Diversificazione e destagionalizzazione per il gruppo Rivolta, nell'hinterland milanese, specializzato negli accessori per 2 e 4 ruote nonché produttore di attrezzature per le officine. L'offerta punta sul marchio Areo e spazia dai caschi «prodotti da un'azienda toscana» sottolinea Fabrizio Rivolta, 43enne a.d. della società, ai guanti e occhiali sportivi oltre a prodotti per la manutenzione e la cura della moto, pneumatici per scooter e pastiglie per i fre-

I NUMERI

8,5 miliardi

Valore del mercato

È la stima del business delle due ruote a motore in Italia

158 milioni

Caschi

Le vendite di caschi nel 2005 hanno toccato i 158 milioni di euro (-1,64% sul 2004)

150 milioni

Abbigliamento tecnico

Supera i 150 milioni di euro il mercato dei capi tecnici acquistati dai motociclisti e scooteristi nel nostro Paese

ni. Oltre a questi prodotti consumer vengono prodotti e venduti strumenti tecnici come ponti sollevatori e equilibratrici delle ruote e altre attrezzature per le auto e moto officine. Quest'anno i ricavi del gruppo saranno intorno ai 71-72 milioni e nel 2007 il budget punta a 81 milioni. La crescita sarà favorita dall'attività internazionale: il gruppo in Spagna ha una filiale «dove cresciamo del 30% l'anno mentre in Italia siamo intorno al 6-7%». All'inizio di ottobre è stata inaugurata a Costanza la filiale tedesca (budget 2007 di 2 milioni) e Fabrizio Rivolta sta valutando l'apertura di una filiale in Svizzera (nel 2007) e una in Austria per l'anno successivo.

E.N.