

Strategie

Bosideng fa rotta sull'Europa con due monomarca in Italia nel 2015

Il colosso da 1,2 miliardi di euro di ricavi 2013 ha aperto a Roma il suo headquarter tricolore da cui seguirà il mercato italiano con l'obiettivo di farne il cuore pulsante dell'area europea. **Milena Bello**

Ameno di due anni dall'apertura a Londra del primo flagship fuori dai confini nazionali (vedere *MFF* del 1° agosto 2012), il gigante cinese **Bosideng**, 1,2 miliardi di euro di fatturato nel 2013 e 8 mila punti vendita in Cina, dà il via dall'Italia alla sua strategia di espansione in Europa. Roma sarà il quartier generale del marchio specializzato nell'outerwear in piuma d'oca per tutta l'area europea (domani sera alle ore 20,30 la griffe salirà in pedana a Pechino durante la nuova edizione della **Mercedes-Benz China fashion week**, ndr). Mentre nel primo semestre del prossimo anno saranno inaugurati i primi due monomarca italiani, a Milano e Roma. «Abbiamo aperto

in Via Veneto l'headquarter italiano della **Bosideng International** che seguirà in una prima fase solo l'Italia dove abbiamo debuttato con la campagna vendita per la collezione autunno-inverno 2014/2015», ha spiegato a *MFF* **Giancarlo Tafuro** il direttore marketing del marchio di fascia alta, disegnato in Italia e confezionato negli stabilimenti cinesi del gruppo che lavora anche come terzista per diversi brand della moda. «La scelta di Roma è stata naturale perché la proprietà era già presente con alcune sedi», ha aggiunto, «per quanto riguarda la prima campagna vendite si è attestata su circa 1,5 milioni di euro di fatturato con una copertura di circa 250 punti vendita multibrand di alto livello. In un secondo momento, a partire

dal 2015 l'headquarter di Roma gestirà l'intero mercato europeo». Entro la metà del prossimo anno è previsto invece il taglio del nastro di una vetrina all'interno del Quadrilatero milanese, per il quale il gruppo di Shanghai, quotato a Hong Kong, è in fase di trattative. Alla quale seguirà un monomarca a Roma mentre a partire dalla seconda metà dell'anno è in programma l'espansione retail in Europa. «A livello di prodotto», ha aggiunto Tafuro, «partiremo con una collezione composta da piumini e capispalla in piuma, ma nell'arco di tre o quattro collezioni abbiamo in progetto l'ampliamento della linea inserendo anche la maglieria». (riproduzione riservata)



Sopra, tre look Bosideng

