

Siglata una partnership con l'Hotel Cavalieri Hilton di Roma **Belstaff in Cina entro l'anno** **Negozi in Usa e Australia**

DI **GIORGIO NACCARI**

Nuove aperture per Belstaff a Tokyo, Parigi, Vienna Berlino, New York, oltre a un monomarca a Los Angeles. Ma a tenere banco è soprattutto l'esordio sul mercato cinese entro il 2010. L'accelerazione è coincisa con l'ingresso in azienda di **Michel Lhoste**, ex Ferragamo e Slower, qui in veste di general manager di Clothing Company, l'azienda trevigiana che produce e commercializza l'abbigliamento, gli accessori e le calzature Belstaff. In Cina il marchio sarà presente anche con i caschi per moto, che promettono di essere innovativi e sicuri. «Sappiamo le difficoltà che incontreremo nel mercato cinese», dice **Franco Malenotti**, presidente e fondatore della società, «ma grazie ai contatti con un partner locale dovremmo esserci a fine anno. Per noi sarà anche importante allargare la presenza negli Stati Uniti e in Australia, dove il marchio è molto conosciuto e negli anni 60 ebbe un boom consistente. Quanto al retail, pur considerando il 2010 un anno di transizione, saremo impegnati nella gestione diretta di due grandi store a Parigi e Tokyo mentre in franchising avremo le aperture di Vienna e Berlino. Per il franchising abbiamo un serie consistente di richieste un po' da tutta Europa e le stiamo attentamente valutando. I quattro nuovi store andranno ad aggiungersi alla ventina già operativi» in tutta Europa.



Una campagna Belstaff

Molta attesa per i caschi: «Solo in Italia abbiamo 8 milioni di persone che amano le moto e il brand Belstaff da 85 anni è simbolo delle moto, dei motociclisti. I nostri caschi avranno un alto tasso di tecnologia, di design, di storia, di dinamicità e soprattutto una serie di brevetti unici, per un'assoluta sicurezza». Infine, l'azienda ha avviato una produzione di capi per mare e piscina firmata con l'Hotel Cavalieri Hilton di Roma. «È un'iniziativa limitata ma di grande impatto di visibilità che ha mandato avanti mio figlio **Michele** (vicepresidente, ndr). Piccole iniziative che rendono grandi un brand». Belstaff ha chiuso il 2009 con un fatturato di 69 milioni di euro (-11%) e un'ebitda cresciuto dagli 8,9% al 10,2%.

© Riproduzione riservata

