



Qui sopra, un monomarca Fedon. In basso, il nuovo zaino Ninja del marchio

Interviste

Fedon punta a toccare 75 milioni e accelera con i nuovi opening

L'azienda specializzata in accessori per occhiali porta a Firenze una collezione donna ampliata e rafforza la sua presenza negli scali aeroportuali internazionali. **Alice Merli**

Dopo un primo trimestre 2016 iniziato in leggero calo, che ha segnato ricavi per 17,2 milioni di euro (-5,4%), Fedon stima una nuova crescita per l'intero anno, con l'obiettivo di raggiungere un fatturato di 75 milioni (+5%). L'azienda veneta produttrice di astucci per occhiali per i big player del comparto, un'attività che vale il 90% del proprio business, continuerà a scommettere sul canale retail diretto, salito nei tre mesi del 57,2%, ma anche sull'ampliamento della collezione donna Amelia, che sarà presente a Pitti immagine uomo accanto alla linea maschile. Come ha spiegato in questa intervista a MFF Maurizio Schiavo, ceo della società quotata a Milano.

Quali sono le previsioni di fatturato del gruppo Fedon per il 2016?

Nell'anno contiamo di superare i 75 milioni di euro di ricavi, mettendo a segno una crescita attorno al 5% sui 71,5 milioni archiviati nell'esercizio 2015.

Cosa porterete a Pitti immagine uomo?

In primo piano ci sarà la collezione Ninja dedicata a un consumatore urbano, che propone borse da lavoro e zaini caratterizzati dalla tecnologia dei ter-

moformati, già usati per la linea tech. Il materiale è cotone resinato accoppiato con jersey impermeabile. Questa nuova capsule dedicata alla stagione fall-winter 2016/17 arriverà negli store a partire da metà agosto.



Ci sono altre novità sul fronte prodotto?

Sì, un altro focus sarà sulla linea donna che porteremo in fiera dopo i buoni riscontri nei suoi primi tre mesi di vendita per la primavera-estate 2016. Per la stagione invernale Amelia è stata ampliata con due nuovi modelli di borse, a cui seguirà uno sviluppo ulteriore con diverse tipologie di accessori.

Quali saranno le prossime aperture del marchio?

Continueremo a investire sulla rete distributiva diretta in aeroporti, stazioni e mall dislocati tra Italia e Asia, che oggi ha raggiunto 16 store in totale. Abbiamo appena inaugurato uno spazio nell'outlet Sicilia outletvillage, a settembre arriveremo all'aeroporto di Hong Kong, mentre nel 2017 sarà la volta di due shop in quello di Lione e Amburgo. Seguiranno altre gare d'appalto per location in due aeroporti italiani. (riproduzione riservata)