



in collaborazione con  **ARMATA DI MARE**

## FACIB CORRE CON I PIUMINI INVICTA

di Valeria Garavaglia

UN'AZIENDA STORICA MA DALLO SPIRITO DINAMICO, FACIB, E UN MARCHIO DI CULTO PER INTERE GENERAZIONI DI GIOVANI, INVICTA. LA FIRMA DI UN ACCORDO DI LICENZA TRA LE DUE REALTÀ ITALIANE HA PORTATO ALLA PRIMA LINEA DI ABBIGLIAMENTO CASUAL PER UOMO, DONNA E BAMBINO DEL CELEBRE BRAND DI ZAINETTI, PRODOTTA E DISTRIBUITA, APPUNTO, DALL'AZIENDA DI SOLBIATE OLONA (VA) FONDATA NEL '59 DA LUIGI CORTESI. MASSIMO CORTESI, SECONDA GENERAZIONE DELLA FAMIGLIA E OGGI ALLA GUIDA DELLA SOCIETÀ INSIEME ALLA SORELLA PATRIZIA, RACCONTA I RETROSCENA E GLI SVILUPPI FUTURI DI QUESTA COLLABORAZIONE, CHE DEFINISCE "UN PROGETTO, NON SOLO UN BUSINESS".

### Come è nato l'accordo con Invicta?

Da un interesse reciproco. Invicta cercava un'azienda dinamica e con un forte know how nell'abbigliamento e noi volevamo rafforzare nel segmento sportswear con un nuovo nome da aggiungere ad Armata di Mare, nostro brand di proprietà e a Cantarelli, di cui abbiamo la licenza per i giubbotti. L'idea mi è subito piaciuta, Invicta è un marchio storico e molto amato, io stesso ho avuto il mitico zainetto!

### Che riscontri avete avuto con la prima campagna vendite?

Ottimi, con la collezione A/I 2014-15 abbiamo realizzato un fatturato di 2,5 milioni e raggiunto 550 punti vendita in Italia, tutti di alto livello, come Luisaviaroma, la Rinascente, Giglio di Palermo o Papini. Una grande soddisfazione, anche perché la collezione è composta solo da sei capi e l'abbiamo messa a punto in pochissimo tempo (la licenza è stata firmata a dicembre). Tra le proposte, quattro piumini e due felpe per uomo, donna e bambino, disponibili in 18 colori, c'è anche un capo reversibile. Il prezzo medio al consumatore è di 150 euro, e con l'abbigliamento distribuimo anche una linea di zaini e borse.

### Come svilupperete il progetto la prossima stagione?

Per la P/E 2015 abbiamo ampliato i modelli di piumini e aggiunto capi come una giacca-camicia, un gilet e una mantellina per donna, polo e costumi da bagno. Almeno per i prossimi due anni, però, resteremo focalizzati sul nostro core business, il capospalla.

### Quali obiettivi contate di raggiungere con questi ampliamenti?

Guardiamo all'estero, e saremo a Pitti Uomo, Pitti Bimbo e Premium a Berlino. Abbiamo già trovato quattro distributori per Giappone, Russia, Corea e Germania e siamo in cerca di altri interlocutori, in maniera però molto selettiva.



Massimo Cortesi

### Per quest'anno che previsioni avete?

Nel 2013, senza la licenza di Invicta, Facib ha registrato un fatturato di circa 7 milioni di euro. Per il 2014 attendiamo di arrivare a 11 milioni. La linea di Invicta arriverà nei negozi a luglio, e se anche il sell out va bene contiamo di poter raddoppiare il fatturato della licenza da 2,5 a 5 milioni.

