

In primo piano con Class

IL MADE IN ITALY CONQUISTA IL MERCATO INTERNAZIONALE



Nel panorama della moda dedicato a intimo e lingerie spicca il nome di Amarcod, azienda bresciana di medie dimensioni che in breve tempo ha saputo affermarsi in modo consistente sul mercato europeo e internazionale. Nata nel 1982 come laboratorio artigianale tessile a conduzione familiare, Amarcod nel tempo ha saputo trasformarsi e rinnovarsi per seguire e soddisfare le nuove tendenze del mercato. Oltre a produrre da sempre un suo marchio, infatti, nel 2002 ha saputo sfruttare le

opportunità offerte dalla tecnologia seamless e ha sviluppato altre linee di prodotto per i mercati europei tra cui anche una linea di "intimo sportivo" di alto contenuto tecnico. Il vero salto di qualità però è arrivato nel 2006 con l'ingresso di Ylenia Boldrini, giovane stilista formata con una scuola e un master di moda. Subentrata come amministratore aziendale, Ylenia Boldrini si è lanciata nel settore dell'intimo con un nuovo marchio di lingerie disegnato da lei personalmente. Il successo è stato immediato: Amarcod in brevissimo tempo ha acquisito un volto e uno slancio nuovi e si è trovata a conquistare nuove fette del mercato internazionale. Ricercata, elegante e rigorosamente Made in Italy, la linea disegnata da Ylenia Boldrini punta sull'alta qualità e sulla produzione italiana certificata. Amarcod, infatti, è stata una delle prime 20 aziende in Italia a ricevere la certificazione di tracciabilità del capo ITF, che prevede un ferreo controllo di tutte le fasi di lavorazione, a riprova dell'alto livello di qualità garantito. Non a caso i prodotti di Amarcod vengono apprezzati anche e soprattutto all'estero, tanto che l'azienda nel corso dell'anno aprirà alcuni punti vendita persino a Pechino (il primo il prossimo autunno). Se finora, infatti, questa giovane ma determinata azienda si è avvalsa del so-

stegno della grande distribuzione, l'obiettivo futuro è quello di cambiare la rete di distribuzione e presentarsi sul mercato internazionale con agenti e punti vendita propri (in franchising): per guadagnare maggiore visibilità e dare in due o tre anni un'immagine più forte al proprio marchio. Una mission sicuramente ambiziosa ma fattibile per un'azienda che in questi anni ha dimostrato una grande tenacia e un'ottima strategia. Nonostante il periodo di crisi che ha colpito il mercato, infatti, Amarcod ha continuato a crescere incrementando la produzione e le vendite. E dimostrandosi sempre all'altezza delle aspettative.



www.amarcod.it