



Sopra, da sinistra, proposte di Laura Biagiotti Dolls (in licenza a Mafrat) e Il Gufo; sotto, lo stile D&G Junior

Выше, слева направо: модели Laura Biagiotti Dolls (лицензия Mafrat) и Il Gufo; ниже - стиль D&G Junior

ricerca della griffe a ogni costo cede il passo a un approccio più sfaccettato e consapevole all'abbigliamento". Un'idea condivisa da Francesco Bevilacqua, direttore commerciale sviluppo estero di Preca Brummel (marchi Brums, Bimbus e Mek). "Nel 2002 abbiamo avviato la presenza con Brums, attraverso la società distributrice locale *Moda per Bambini* e, dall'8 luglio, anche tramite una showroom nel quartiere residenziale di Nagorna, alle porte di Mosca, che dedica uno spazio specifico a questa collezione - informa -. Finora la distribuzione si è articolata in 50 boutique, di cui dieci con insegna *Detsky Mir*, ma nel breve, vista la forte accelerazione del mercato, intendiamo darci una marcia in più". Infatti, all'espansione nel canale multibrand si affiancherà per Brums un progetto franchising, il cui obiettivo è l'inaugurazione di una serie di flagship store nella capitale e in altre 20 metropoli di rilievo. "Abbiamo trattative in corso con tutti i top retailer per valutare il partner migliore - confida il manager - e anche per Bimbus stiamo definendo tre operazioni significative in location d'impatto a Mosca, che dovrebbero andare in porto già dal prossimo autunno".

### Una "torta" grande e appetitosa almeno per il momento

Interessanti prospettive si aprono, infine, anche per l'abruzzese *Junior Fashion Group* (JFG), azienda che gr. vita nell'orbita del *Mariella Burani Fashion Group* e che affronta la Russia affidandosi a una rete di distributori diversi a seconda dei marchi, che spaziano dalla versione "ragazzina" della collezione *Mariella Burani*, alle licenze più recenti come *Patrizia Pepe*, *Killah* e, presentata allo scorso Pitti, *Phard Babe*. In dirittura d'arrivo con l'inverno 2008/2009 anche il bimbo secondo *Zu Elements* e una partnership con la tedesca *Bogner*, per rafforzare l'offerta under-14 di questa linea. "Inizialmente la distribuzione di *Bogner bimbo* privilegerà la Scandinavia, i Paesi di lingua tedesca e, appunto, la Russia - anticipa il direttore commerciale di JFG, *Andrea Bevilacqua* -. Le aspettative, non solo per *Bogner*, sono buone: l'attenzione verso il prodotto italiano è alta, le società di distribuzione serie ci sono e il valore aggiunto dei marchi forti lo abbiamo. La partita è aperta". In altri termini, la torta è grande e appetitosa. E i commensali, per ora ma forse non ancora per molto, relativamente pochi.

представляемой на этой выставке, существенно возросла. Наши основные впечатления, - продолжает господин Менеганти, - таковы: многое еще предстоит сделать, многие аспекты еще необходимо «завоевать», в том смысле, что детская продукция, которая традиционно отражает тенденции взрослого ассортимента, постепенно переходит в новую стадию развития, когда поиск брендов, которые во что бы то ни стало должны быть известными, сменяется более упорным и сознательным подходом к выбору одежды». Эту точку зрения разделяет **Франческо Бевилаккуа**, коммерческий директор по внешнеэкономической деятельности компании «**Preca Brummel**» (бренды «**Brums**», «**Bimbus**» и «**Mek**»). «В 2002 году мы в сотрудничестве с местной торговой компанией «**Moda per Bambini**» вышли на рынок с брендом «**Brums**», а с 8 июля открыли также шоу-рум в подмосковном районе «Нагорный»; в этом шоу-руме нашей коллекции отведено специальное место. В настоящее время наша продукция представлена в 50 бутиках, десять из которых работают в магазинах «**Детский мир**», однако в скором времени, учитывая активный рост рынка сбыта, мы планируем дальнейшее расширение». Фактически, для бренда «**Brums**» расширение мультибрендового канала сбыта будет сочетаться с работой по схеме франчайзинга целью которого является открытие в столице и в двух десятках других крупных городов сети ведущих фирменных магазинов, в которых будет представлен широчайший ассортимент всех новинок компании. «В поисках самого лучшего партнера мы ведем переговоры со всеми первоклассными розничными торговыми предприятиями, - рассказывает менеджер компании. - А что касается бренда «**Bimbus**» - для построения рынка сбыта в Москве мы также планируем сделать три важных шага в этом направлении, результаты которых можно будет увидеть уже следующей осенью». И, наконец, широкие перспективы в этой отрасли открываются для компании из г. Абрुццо «**Junior Fashion Group**» («**JFG**»), входящей в состав концерна «**Mariella Burani Fashion Group**». В России продукция «**JFG**» представлена в различных сетях, торгующих разными брендами, начиная с коллекции для девочек «**Mariella Burani**» и заканчивая такими новейшими брендами как «**Patrizia Pepe**», «**Killah**», а также «**Phard Babe**», представленном на прошлой выставке «**Pitti**». К зимнему сезону 2008-2009 будет представлена детская коллекция «**Zu Elements**»; компания также нацелена на сотрудничество с немецкой компанией «**Bogner**», что позволит расширить ассортимент детской одежды для детей до 14 лет. «Для начала сбыт детского ассортимента марки «**Bogner**» будет осуществляться в скандинавских странах, в немецкоговорящих регионах, а также в России, - рассказывает коммерческий директор «**JFG**», **Андреа Бевилаккуа**. - Наши прогнозы (которые, безусловно, касаются не только «**Bogner**», но и других наших брендов) очень оптимистичны: интерес к итальянской продукции высокий, на рынке присутствуют серьезные торговые предприятия, с которыми мы работаем, обладаем отличным качеством и имиджем. Старт дан». Другими словами, кусочек очень лакомый, а претендентов на него пока (но только пока) не так уж много.

