

I FATTURATI 2006 DELLE PRINCIPALI AZIENDE ITALIANE DI CALZATURE E ABBIGLIAMENTO BAMBINO

## Bambino 2006: crescono le Calzature (+7,8%) tiene il passo l'Abbigliamento (+3,7%)

**Chicco** nell'abbigliamento e **Primigi** nelle calzature sono i leader indiscussi del settore bambino per il 2006. Questo è il risultato di un'analisi sui fatturati che abbiamo svolto in occasione di Pitti Bimbo, la manifestazione di riferimento del settore, che si è svolta a Firenze dal 29 giugno al 1° luglio.

### ABBIGLIAMENTO JUNIOR

I primi 5 marchi di Abbigliamento per bambini hanno realizzato nel 2006 un fatturato complessivo di € 715 milioni, in leggera crescita (3,7%) rispetto al 2005, quando gli stessi marchi fatturavano € 690 milioni.

Va subito evidenziato che la parte del leone la fa **Chicco** (divisione del Gruppo Artsana) che da solo ha registrato € 403 milioni. Si tratta dell'unica realtà del settore realmente internazionale, con una rete di 62 negozi di proprietà, 116 affiliati e 6 Chiccolandia, le grandi aree che offrono, oltre alla gamma completa dei prodotti Chicco, intrattenimento per i bambini.

Ottimo secondo posto della classifica, con 115 milioni di Euro (stima di Pambianco), per **Preca Brummel** l'azienda di Carnago che con i brand Brums, Bimbus, Mek e la recente licenza Suomy, ha saputo sviluppare un'offerta davvero competitiva nell'ambito del mercato bambino. Come afferma l'Ad di Preca **Giuseppe**

**Prevosti** "prodotto, logistica e organizzazione sono stati i punti di forza dell'Azienda fino ad oggi, ma anche il punto di partenza per consolidare la nostra presenza in Europa - dove siamo presenti con 380 negozi monomarca e in più di 2000 multimarca - e in Medio ed Estremo Oriente".

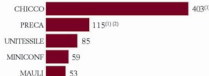
Al terzo posto della classifica, con 85 milioni di Euro e stabile rispetto al 2005, troviamo **Unitessile**, oggi una realtà di primo piano nell'abbigliamento bambino, con l'insegna lana e il marchio Ellepi.

Ottima la performance di **Miniconf** che si posiziona al 4° posto, raggiungendo i 59 milioni di Euro, con un incremento del 22% rispetto al 2005. Come testimonia **Giovanni Basagni**, Presidente di Miniconf "la chiave del successo è stata la complementarietà dei nostri due marchi Dodipetto e Sarabanda con i quali siamo riusciti a coprire più canali distributivi. Inoltre, per noi è stata importante la focalizzazione sui tre processi aziendali chiave: commerciale/marketing, operations e prodotto". "Per l'anno 2007" prosegue Basagni, "prevediamo una crescita del 16%. Il 2008 nei nostri progetti sarà invece un anno di consolidamento, per poi ritornare a crescere a due cifre nel 2009".

Chiude la classifica, al 5° posto, **Mauli**, azienda del cuneese specializzata in confezione per Bambino, con un fatturato di 53 milioni di Euro in crescita dell'8,6%.

### ABBIGLIAMENTO JUNIOR

#### TOP 5 per Fatturato 2006



(1) Il fatturato comprende Abbigliamento (previsti), Calzature e attrezzature per l'infanzia.

(2) Stima Pambianco

Fonte: Pambianco Strategie di Impresa

