

CAMPOMAGGI

# «Cresce l'interesse dei buyer extra Ue»

di **Marta Casadei**

◆ «Abbiamo chiuso il 2013 con un fatturato di 28 milioni, in crescita del 16% sul 2012, anno in cui eravamo cresciuti di un altro 25% rispetto al 2011». A snocciolare cifre tanto positive è Caterina Lucchi, che con il marito Marco Campomaggi ha fondato Campomaggi&Caterina Lucchi. Il giro d'affari del gruppo di Cesena, cui fanno capo i marchi Campomaggi e Caterina Lucchi e che produce e distribuisce anche il marchio Gabs-Franco Gabbrielli, infatti, continua a crescere a doppia cifra, con una ricetta ben precisa: prodotti di pelletteria di alta qualità, realizzati interamente in Italia, espressione di uno stile riconoscibile e accattivante.

Borse e accessori che piacciono all'estero: «Il 60% del fatturato viene dalle esportazioni – continua Lucchi –; tra i nostri mercati privilegiati spiccano Germania, Francia e, più in generale, il Nord Europa». Per ora il Vecchio Continente traina le vendite del gruppo romagnolo, ma durante l'ultima edizione di Mipel a visitare gli stand sono stati buyer provenienti da America Latina, Arabia Saudita, Corea, Russia, Giappone e Cina. Gli house brand del gruppo, distribuiti in selezionati multibrand nel mondo, hanno ciascuno la propria identità: Campomaggi, nato nel 1990, rispecchia la creatività di



**Vissuta.**  
Un modello della collezione «vintage» Campomaggi

Marco Campomaggi con pezzi artigianali dal look vissuto; Caterina Lucchi, fondato nel 1986 e rilanciato con la collezione A-I 13-14, punta alle esigenze di una donna decisa e femminile al contempo. Ad accomunarli è la forte attenzione all'artigianalità: il gruppo impiega direttamente circa 120 persone a cui si aggiunge un indotto di altre 300 persone sul territorio regionale. «Abbiamo sempre creduto nel territorio e continuiamo a farlo: siamo convinti che gli investimenti economici e creativi fatti in loco avranno un ritorno importante» chiosa Lucchi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

