

Dall'area industriale di Maratta bassa è partita una sfida imprenditoriale all'insegna del made in Italy che ha ottenuto importanti riconoscimenti sui mercati esteri

Cashmere e seta conquistano anche gli arabi

di Chiara Damiani

► TERNI - Oltre cinquanta anni di esperienza nella lavorazione della maglieria.

Dai primi pullover ai giubbotti, alla linea "home e spa", linea yacht con l'utilizzo di innovativi materiali idrorepellenti fino alla creazione di una esclusiva linea in seta per il mercato arabo. Un'azienda che è riuscita a crescere insieme alle nuove esigenze espresse dal mercato e alle richieste sempre più esclusive della sua clientela. Innovazione tecnologica e diversificazione di prodotto, questo il connubio vincente dell'azienda Giorgetti.

L'azienda Lo stabilimento sorge a Terni nella zona industriale di Maratta bassa e dispone di un grande spazio di oltre tremila metri quadri. Uno spazio concepito secondo le più moderne tendenze: un open space con spazi in grado di essere "adattati" in maniera flessibile alle diverse esigenze produttive.

Vi operano 15 unità lavorative, tutte altamente specializzate. A guidarla sono la fondatrice Mariana Torti e i figli, Domenico e Fabrizio Giorgetti.

Domenico, in carico come presidente, si occupa delle vendite e dei rapporti con l'estero in particolare con i Paesi arabi, il fratello Fabrizio, amministratore delegato, segue da vicino il legame con gli Stati Uniti.

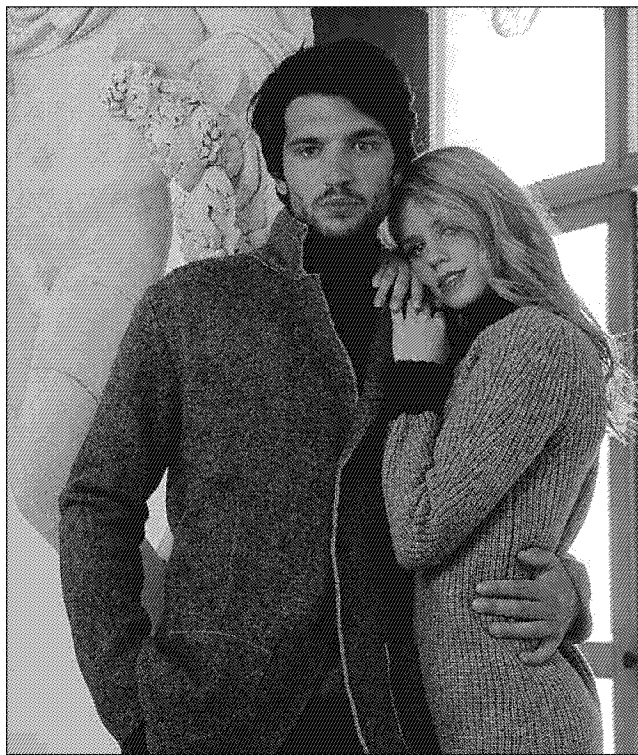
Da sempre, infatti, fin dalla sua fondazione, l'azienda lavora quasi esclusivamente per i paesi esteri. Oggi l'80% del fatturato, circa 2,5 milioni di euro, arriva proprio dall'estero, in particolare da Giappone, Stati Uniti Cina e presto i confini si allargheranno anche al Brasile grazie all'imminente chiusura di un importante progetto.

Un legame, quello con il Giappone, che inizia ben 15 anni fa, in un periodo in cui questo Paese si stava cominciando ad aprire all'esterno. La Giorgetti sbarca in Giappone in collaborazione con il consorzio Umbria Export insieme ad altre 15 imprese umbre.

"Tutto iniziò come una scommessa - racconta Domenico - ma la scelta si rivelò vincente perché il mercato era del tutto vergine e in secondo motivo, perché ancora oggi questo Paese è in grado di assicurare ottimi flussi di denaro nelle casse aziendali essendo ottimi pagatori".

Dopo il Giappone dove i rapporti si sono consolidati a tal punto che Giorgetti ha registrato un proprio marchio già otto anni fa, l'azienda sbarca per gli Stati Uniti "e poi nel 2012 siamo partiti all'attacco della grande Cina" - chiosa Domenico.

"A febbraio - dice entusiasta - apriremo un grande negozio al dettaglio con i nostri prodotti, rappresentano un mercato immenso che apprezza notevolmente la produzione



Nell'azienda tessile operano 15 unità lavorative altamente specializzate: a guidarla sono la fondatrice Mariana Torti e i figli Domenico e Fabrizio Giorgetti

Eccellenza nel tessile

Nelle foto, alcuni prodotti usciti dall'azienda Giorgetti di Maratta bassa che ha una forte e radicata presenza sui mercati internazionali

cento per cento made in Italy, inoltre il nostro marchio è in registrazione anche in Cina dal 2012". Punto di forza dell'azienda è infatti la sua capacità fortemente apprezzata dai clienti di garantire la tracciabilità del prodotto e l'intera produzione 100% made in Italy, con i migliori standard di qualità.

Pronti nuovi prodotti Entro il 2014 lo stabilimento si amplierà ulteriormente perché l'azienda è pronta a lanciare sui mercati esteri una nuova linea di prodotti. Ampliamento per il quale è previsto anche un aumento occupazionale. Il mercato sarà quello arabo.

A maggio Giorgetti sarà presente a Dubai alla prestigiosa fiera Index, la fiera del design destinato all'arredo rivolta ai paesi dell'estremo Oriente.

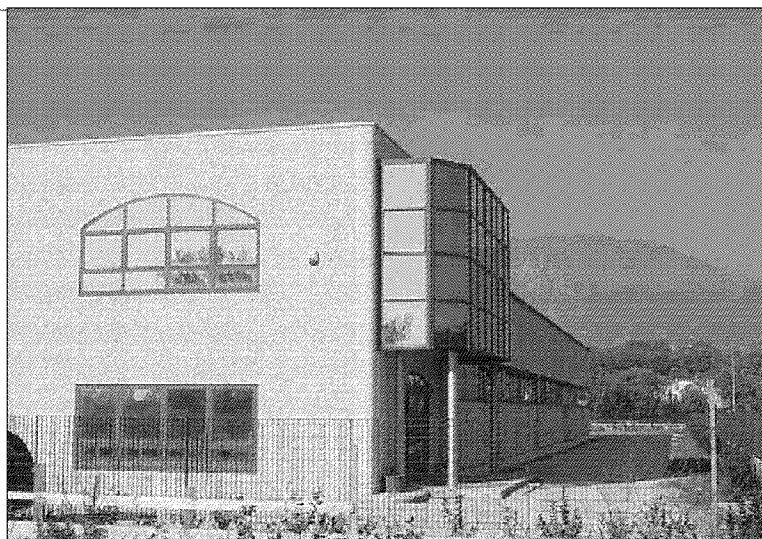
Sul mercato estero l'azienda lancerà prodotti in seta e cashmere. Recente è anche l'ingresso della Giorgetti nell'abbigliamento bimbo. Ovviamente, abbigliamento di lusso in cashmere, per bambino da 0 a 6 anni.

"Il prodotto è già apprezzato sul territorio, tanto che la rivista di settore Fashion ci ha già dedicato due pagine nell'uscita di Pitti Bimbo. Con questa nuova linea di prodotti partiremo dal mercato italiano - annuncia Domenico Giorgetti - secondo le nostre ricerche di mercato effettuate, sappiamo che per questo tipo di prodotto c'è richiesta nel nostro Paese. La strategia aziendale varata dai fratelli Giorgetti è vincente. Negli ultimi tre anni il trend di fatturato ha registrato crescita intorno al 7-8%, mentre le previsioni per il 2014 tracciano un'ulteriore crescita fino al 12%.



LE IMMAGINI

*Entro l'anno
lo stabilimento
si amplierà
con l'esigenza
di aumentare
l'occupazione
A maggio
i nuovi prodotti
saranno presentati
alla fiera Index
di Dubai*



Lusso su misura
La particolare
attenzione
alle richieste del cliente
ha condotto
alla creazione
lo scorso anno
di questa nuova linea
A sinistra, la sede
dell'azienda
di Terni
che punta molto
anche sull'eticità
del fare impresa

