

FELISI

LAVORAZIONI SELLERIA E TESSUTI COME «VELE»

Si chiama Bowling bag la novità che Felisi presenterà a Pitti Uomo: all'interno ha sei accessori-scomparti, dal porta-abiti arrotolabile alla laundry bag, perfetta per ogni tipo di viaggio. Realizzata con tessuto jacquard vetrificato, la borsa è particolarmente resistente, leggera e pratica, rispettando l'elegante stile del brand di Ferrara. Felisi è un'impresa "rosa", guidata dalla presidente Annalisa Felloni che segue il lavoro di 150 donne (70 nella sede di Ferrara e oltre 70-80 in laboratori decentrati, tutti al massimo a 30 km di distanza dalla sede), e un unico uomo, Domenico Bertolani, il direttore artistico. Felisi, in 40 anni di attività, ha messo a regime la sartorialità unita alla pelletteria industrializzata. Una fortuna generata soprattutto grazie ai mercati esteri, Giappone in particolare, dove l'azienda esporta addirittura l'80% della sua produzione.

«Per la stagione primavera-estate 2014 - dice Felloni - lanciamo la linea "P-Line" che, mantenendo l'immagine originaria di selleria, è dotata di estrema leggerezza e robustezza. Questa collezione, ideata per soddisfare le esigenze della nostra clientela sempre più sofisticata, abbina materiali super tecnici con lavorazioni artigianali».

Felisi utilizza tessuti italiani, come la canapa coltivata e tessuta nel nostro Paese, la stessa usata per le vele della nave scuola Amerigo Vespucci e tipica della tradizione ferrarese. Però ci sono alcune parti delle borse che necessi-



tano una lavorazione particolare che qui in Italia non è possibile fare, in particolare alcuni inserti in pelle conciata al naturale che arrivano dalla Francia. Sono proprio i dettagli che caratterizzano queste borse: alcuni selezionati fornitori storici forniscono metallerie in ottone, lavorate a mano e disegnate in esclusiva. Ogni borsa è numerata e marchiata, dal piccolo beautycase al trolley da viaggio.

Il fatturato si aggira intorno ai 10 milioni di euro. «Nonostante la crisi l'azienda ha avuto un percorso di crescita a doppia cifra, +20% nel 2012 - spiega Felisi -. L'obiettivo a breve termine è la formazione di nuovo personale, poiché il nostro obiettivo sarà quello di produrre esclusivamente in Italia per creare un vero made in Italy e mantenere i nostri standard di qualità. Per quanto riguarda i mercati esteri, invece, l'obiettivo è rafforzare la presenza negli Stati Uniti e nel Nord Europa». La piattaforma web è tutta nuova, ma per l'e-commerce al momento non c'è un impegno: «I nostri prodotti sono da toccare e testare con mano, aspettiamo l'occasione giusta per aprire un negozio monomarca a Milano». — **Cri.Ra.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PUNTO DI FORZA

I tessuti utilizzati sono italiani e quelli in canapa vengono lavorati come le vele per la nave-scuola Vespucci

