

Marchi storici. Nel primo semestre ricavi a +33%

Per Sergio Tacchini è l'anno del rilancio

Per Wintex Italia, il secondo anno di gestione dello storico marchio di sportswear Sergio Tacchini è stato positivo: il brand è legato alla Wintex dal 2013 con la formula giuridica dell'affitto di ramo d'azienda, che durerà fino al 2017. Il bilancio 2014 si è chiuso con un fatturato riconducibile alle royalties di oltre 4 milioni e un utile netto di 667 mila euro.

Il fatturato wholesale invece è stato di 33 milioni, tutto legato al mercato europeo. Considerando però una crescita nel primo se-

mestre 2015 del 33%, il fatturato, sempre a valore wholesale, per i primi sei mesi del 2015, è di 22 milioni, con la previsione di superare i 40 milioni per l'intero esercizio, sempre sul mercato europeo.

Il 2016 sarà per Sergio Tacchini l'anno del 50esimo anniversario: il brand nacque per volontà dell'ex tennista diventato imprenditore Sergio Tacchini nel 1966. Nel 2014 Alessandro, figlio del fondatore, tentò di riacquistare il brand lamentando la «scomparsa del nome Sergio Tacchini dal mercato» e presentando ambiziosi piani di rilancio. Ma l'operazione non andò in porto.

Del rilancio vuole occuparsi proprio Wintex: sono stati firmati contratti di licenza per abbigliamento e calzature in Australia, Hong Kong, Taiwan e Singapore e l'espansione in Asia sarà rafforzata da un imminente accordo per il Giappone. In Europa invece sono state firmate licenze abbigliamento per Germania, Austria e Svizzera, mentre quella, mondiale, per gli orologi è stata affidata al gruppo turco Essa.



Dna. Il core business del brand è sempre stato il tennis

G.Cr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA