

## Pitti Bimbo 85: Sergio Tacchini lancia il bimbo e punta a 50 milioni nel 2018

Di [Elena Passeri](#), [Laura Galbiati](#) - 23 Giugno 2017

Q | Q | B

Sergio Tacchini, lo storico marchio di abbigliamento sportivo fondato nel 1966, ha scelto il palcoscenico di Pitti Bimbo per presentare la sua prima collezione completa dedicata al mondo kidswear 0-14 anni.



Sergio Tacchini Kids, primavera/estate 2018

“Finora avevamo solo proposte bambino legate al tennis, vendute nei club o nei negozi per l’adulto che ne avevano qualche pezzo”, ha spiegato a FashionNetwork.com Patrizia Bolzoni, General Manager di Sergio Tacchini. “Ora presentiamo per la primavera/estate 2018 una proposta completa, che avrà una distribuzione dedicata a livello europeo, sebbene con differenze tra i vari mercati: in Italia, ad esempio, avremo una rete vendita che si rivolgerà ai migliori negozi di moda bimbo, mentre in Francia ci rivolgeremo alle grandi catene sportive”.

A livello retail, oggi Sergio Tacchini è presente in Italia con un importante corner (circa metà del negozio) inaugurato lo scorso maggio presso Leoni, in via Washington a Milano, punto di riferimento per il tennis in città: “abbiamo avviato una collaborazione con Leoni che prevede che tutto l’abbigliamento presente in negozio sia a marchio Sergio Tacchini; Leoni ospiterà anche la nuova linea bimbi. Per noi questo store rappresenta un vero e proprio flagship e l’idea è di aprirne di simili in tutte le principali città europee. Abbiamo già avviato un progetto affine con la catena di negozi Tennis Point, che copre il mercato tedesco, austriaco e svizzero, e abbiamo aperto corner di questo tipo in 8 dei loro punti vendita”, ci ha spiegato Bolzoni.



Proposte Sergio Tacchini Kids per i più piccoli - FashionNetwork Elena Passeri

Per quanto riguarda la Francia, primo mercato per Sergio Tacchini per quanto riguarda l’abbigliamento, il brand è distribuito nelle grandi catene sportive, come Intersport e Go Sport, oltre ad avere all’attivo prestigiosi progetti di co-branding con marchi come Comme des Garçons o quello recentissimo con Andrea Crews, con il quale Sergio Tacchini sfilerà il 24 giugno a Parigi con due tute uomo, ispirate alla banlieue parigina e al mondo del rap.

Al di fuori dell’Europa, Sergio Tacchini conta tre negozi monomarca in Arabia Saudita, uno a Singapore, Taiwan e Hong Kong e 70 corner in Giappone.

Il brand ha chiuso il 2016 con un fatturato globale di 43 milioni di euro, realizzato per il 50% in Italia e così composto: abbigliamento 15 milioni di euro, calzature 14 milioni e i restanti 14 milioni gli accessori (intimo, calze, profumi, borse, ecc.).



Il co-branding Sergio Tacchini - Andrea Crews

“L’abbigliamento è l’area che nel 2016 ha registrato una crescita maggiore, pari al +40% rispetto al 2015; il nostro primo mercato per l’abbigliamento, con 6 milioni di euro di fatturato, è la Francia, mentre in Italia vogliamo potenziare questo comparto perché non siamo ancora ben posizionati al di fuori del mondo sportivo”, ha concluso Bolzoni. “Nel comparto tennis il fatturato è ripartito equamente tra uomo e donna, mentre per quanto riguarda tutto il resto l’uomo rappresenta il 90%. Per il 2017 prevediamo di crescere leggermente, raggiungendo i 45 milioni di euro, perché tutte le novità su cui stiamo lavorando, tra cui il bambino ma anche importanti novità per il tennis donna, si concretizzeranno in termini di fatturato nel 2018, anno in cui prevediamo di raggiungere i 50 milioni di euro”.