

L'ITALIA CHE VINCE



Produzione
industriale
in crescita,
export in recupero.

Ecco gli uomini
e le imprese
che guidano
la ripresa

Paolo Gennari®

Manifattura

on line shop: www.paologennari.com

04d.it

Distribuzioneitaliasrl

34 IMPRESE D'AUTORE

DI DANIELA FABBRI E LINDA FORNARA BERTONA



Storie, strategie e ritratti di imprenditori che con le loro aziende contribuiscono al successo della regione.

L'OLANDESE CASUAL

Trapiantata a Scandicci, Natasha Elfring sta creando un nuovo marchio per l'abbigliamento uomo. E va al Pitti.



KEEP WILD

Settore: Abbigliamento **Dipendenti:** 7 **Fatturato:** 460 mila euro

Natasha Elfring, brand manager

Un marchio acquistato sul nascere con l'idea di creare un prodotto casual chic di grande personalità. Questo lo stimolo che ha portato al decollo della Keep Wild, giovanissima azienda di Scandicci (Firenze). «L'idea di fondo è il desiderio di vestire un uomo moderno ed elegante, che vuole essere attuale e disinvolto in un abbigliamento fuori dagli schemi del suo lavoro e in sintonia con l'amore per il tempo libero, se libertà significa vivere vicino alla natura e vestire con stile e colori più selvaggi» spiega la brand manager Natasha Elfring, olandese trapiantata in Italia. «Un progetto ambizioso, perché il marchio è stato rivisitato e corretto secondo le esigenze di un momento storico in cui anche la più consolidata attività imprenditoriale rischia di vivere momenti difficili» prosegue Natasha Elfring. «Siamo ancora in una fase di start-up, ma già concentrati sulla ricerca accurata dei materiali, lo studio dello stile, l'attenzione ai particolari e su una produzione che è tutta realizzata in Italia. In questo momento stiamo affiancando alla ricerca stilistica un lavoro di potenziamento della rete distributiva, con l'obiettivo di trovare quanto prima uno sbocco anche sui mercati esteri». La presenza alla prossima edizione del Pitti sarà il primo, parziale risultato. ■

Il 2010 ha chiuso a 32 milioni di euro, ma la previsione per il 2011 punta al raddoppio. Non male per l'unica società che disegna e progetta i suoi cellulari in Italia. Nata per commercializzare cellulari distribuiti con il brand del cliente, nel 2008 la fiorentina Ngm decide di fare il grande salto e realizzare telefoni a proprio marchio ma soprattutto italiani nel design, nel software, nell'interfaccia grafica. «La grande crescita è dovuta soprattutto al modello con la doppia sim, di cui deteniamo il 77 per cento del mercato italiano» spiega Stefano Nesi, presidente della società. «Nostro punto di forza sono le funzioni innovative, per esempio la segreteria telefonica, il blocco delle chiamate da numeri anonimi, l'invio posticipato degli sms, la funzione antifurto. Che possiamo dare anche perché siamo nel mercato "free sim", quello che non dipende dagli operatori». In linea con la tradizione italiana la Ngm ha scelto la strada di un design accattivante (c'è un modello Swarovski, con zirconi incastonati) ma soprattutto del rapporto stretto con la clientela. «Siamo molto attenti alle sollecitazioni che ci vengono dei clienti, per esempio con i blog» dice Nesi. «Per ora in Italia abbiamo il 10 per cento del mercato free sim, dietro a Nokia e Samsung e più o meno alla pari con Lg. L'ambizione è di raddoppiare questa quota». ■

UN TOSCANO AL TELEFONO

La Ngm progetta cellulari in Italia e ha conquistato i clienti con gli apparecchi a doppia sim.



NGM

Settore: Telefonia **Dipendenti:** 50 **Fatturato:** 32 milioni

Stefano Nesi, presidente