

**Concia/1.** È il primo gruppo in Europa con 451 milioni di ricavi e produce per moda, design e automotive

# Mastrotto si rafforza negli Usa

## Servizi di «pronta consegna» a Los Angeles dopo Londra e Donguang

**Marta Casadei**

**Internazionalizzazione.** Sembra essere questa la parola chiave nella strategia di sviluppo del Gruppo Mastrotto, primo gruppo conciario in Europa. «Abbiamo da sempre un bacino internazionale di clienti - spiega Chiara Mastrotto, presidente - concentrato sull'Europa. Ora, dopo aver diversificato il business e averlo riequilibrato tra i settori moda, design e automotive, siamo pronti a rafforzarci a livello globale».

Nato nel 1958 ad Arzignano (Vicenza), oggi mantiene la propria identità familiare ma su scala decisamente più ampia: conta oltre 2.300 dipendenti, 16 stabilimenti - di cui 12 in Italia, nel distretto della pelle di Arzignano, e i restanti sparsi tra Brasile, Tuni-

sia, Indonesia e Messico - e ha chiuso il 2016 con ricavi consolidati per 451 milioni di euro, Ebitda in salita al 10% del fatturato e posizione finanziaria netta (negativa) in miglioramento, dai 67 ai 41 milioni di euro. «Chiuderemo il 2017 in leggera crescita - dice Mastrotto - grazie a due leve: i servizi offerti e le strategie commerciali internazionali».

Gli Stati Uniti, dove ha da poco aperto una filiale, sono uno dei mercati nei quali il gruppo vuole rafforzarsi: «Abbiamo scelto come città di riferimento Los Angeles: nella West Coast, patria di alcuni grandi brand americani, sta fiorendo un tessuto di piccoli produttori molto promettenti».

La Città degli Angeli ospiterà uno dei Leather Fashion Hub di Mastrotto dove i designer e i pro-

duuttori di calzature e pelletteria possono scegliere tra i prodotti della linea Express, disponibili in pronta consegna e in piccole quantità.

«Il progetto è nato ascoltando il mercato e le sue esigenze - spiega Chiara Mastrotto - e abbiamo studiato questo progetto di pelli in pronta consegna, disponibili in 48 ore. Abbiamo avuto un ottimo riscontro, specialmente nel settore moda: le aziende oggi immettono prodotti sul mercato in modo rapidissimo. Noi, lavorando moltissimo sulla logistica, rispondiamo a questa esigenza».

Al centro, modellato su quelli già aperti a Milano, Londra, Donguang (Cina) e Firenze, ne seguiranno altri: a Hong Kong e in Giappone, a Kyoto.

A conquistare i mercati inter-

nazionali è un prodotto di alta qualità, declinato numerose varianti: «Abbiamo 25 collezioni e oltre 100 colori - spiega la presidente - e gestiamo internamente tutte le fasi della lavorazione, dall'acquisto della pelle grezza allo stoccaggio in magazzino».

La gestione verticale del processo produttivo ha permesso al gruppo di concentrarsi sulla sostenibilità: «Ormai fa parte del nostro dna - conclude Chiara Mastrotto - abbiamo implementato tecnologie salva acqua ed energia nei nostri stabilimenti, sia in Italia sia all'estero, dove utilizziamo prodotti made in Italy. Per esempio, abbiamo costruito un impianto di cogenerazione di energia elettrica e termica che permette di limitare le emissioni di anidride carbonica».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Il settore

**5 miliardi**

#### Fatturato 2016

La concia made in Italy è la prima al mondo per fatturato

**+0,8%**

#### Export 1 semestre 2017

Le esportazioni sono salite in valore e in volume (+12,3%)



**Innovazione.** L'ultima collezione di pelle con grana effetto bicolore del gruppo Mastrotto di Arzignano, nel distretto conciario vicentino

### MADE IN ITALY

Sono nel distretto vicentino della pelle dodici dei sedici stabilimenti che in totale occupano oltre 2.300 dipendenti

