



Arredi per parrucchieri: il gruppo Maletti accelera sui mercati emergenti

di Marika Gervasio

30 marzo 2015 Cronologia articolo



La Bohème Collection, il nuovo hair design concept firmato dalla designer italiana Elisa Giovannoni, che Maletti ha presentato in anteprima nazionale nel Salone Marcon a Seregno

Focus sui Paesi emergenti per il gruppo Maletti, azienda emiliana fondata nel 1936 da Guerrino Maletti, padre dell'attuale presidente, Danilo, e del vicepresidente, Guido, specializzata nella produzione e vendita di arredi per saloni di acconciatura che ha chiuso il 2014 con un fatturato di 38 milioni di euro in crescita del 5% rispetto all'anno precedente.

«Questo incremento - spiega il presidente - deriva dai continui investimenti per consolidare la presenza e la diffusione del marchio Maletti Group su scala mondiale. Non manca poi l'attenzione al comparto ricerca e sviluppo. Per il 2015 la previsione è di un ulteriore incremento delle vendite con un focus soprattutto su quei Paesi emergenti, come il Sud America, su cui l'azienda sta puntando grazie al consolidamento della propria presenza attraverso filiali commerciali o unità produttive».

Dopotutto i mercati esteri sono determinanti per il gruppo, con un'incidenza del 70% sul fatturato totale. «Il mercato sudamericano - spiega Danilo Maletti - da solo garantisce un decimo del fatturato, quota che quest'anno vogliamo raddoppiare. In effetti il Sud America è da qualche anno al centro della nostra politica di investimento. Abbiamo una sede commerciale e produttiva in Brasile, una sede produttiva in Paraguay e uno showroom in Perù a Lima. I Paesi più importanti per noi sono, oltre al mercato italiano, Francia, Germania, Regno Unito ed Europa in generale, ma anche il Brasile».

Un modo, quello di spingere le vendite all'estero, necessario per bilanciare la crisi che, da anni, stanno attraversando i canali professionali sul mercato italiano. Secondo gli ultimi dati di Cosmetica Italia, infatti, nel 2014 gli istituti di bellezza hanno registrato una contrazione del 3,6% (per un fatturato di oltre 230 milioni di euro) e i saloni di acconciatura sono calati del 3,5% (a 570 milioni di euro). E le previsioni per i primi sei mesi del 2015 non sono rosee con una flessione del 3% per i centri estetici e del 2,4% per i parrucchieri.

«America Latina a parte, nostro obiettivo primario - aggiunge il presidente - è l'avvicinamento a quei mercati emergenti che non stanno soffrendo la crisi che attanaglia il mondo beauty, come Iran, Pakistan e India dove le visite dal parrucchiere non stanno subendo i cali importanti dei Paesi occidentali. Non manca però uno sguardo anche all'Occidente con la volontà di aprire nel breve periodo uno stabilimento in Nord America».

Tra Oriente e Occidente, una cosa è certa: l'azienda vuole presidiare il comparto del beauty design con un'offerta di qualità in grado di coprire ogni nicchia di mercato, tiene a precisare Maletti. «Proprio in quest'ottica - racconta - ha acquisito tutte le quote del marchio Presence Paris, l'azienda del gruppo che produce gli arredi firmati dai grandi designer, e ha acquistato il marchio Zerbini per lanciare sul mercato una linea di poltrone da uomo dal sapore retrò».

Presence Paris è stata anche al recente Cosmoprof Bologna con la Bohème Collection, la linea firmata da Elisa Gargan Giovannoni. Alla fiera di Bologna è stata presentata anche la nuova Zerbini, una poltrona da uomo disegnata da Giovannoni Design, d'ispirazione vintage.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

TAGS: [America del Sud](#) | [Danilo Maletti](#) | [Elisa Gargan Giovannoni](#) | [Europa](#) | [Focus](#) | [Giovannoni Design](#) | [Guerrino Maletti](#) | [Maletti Group](#) | [Marchi e brevetti](#) | [Presence](#)