

MODA
COCCINELLE

Affordable luxe o lusso accessibile che dir si voglia è una definizione che piace a tutti anche se pochi marchi la possono sventolare come loro bandiera. Coccinelle è senza dubbio uno di questi: borse e accessori di piccola pelletteria lussuosi in tutto tranne nel prezzo rigorosamente accessibile. In poche parole per una magnifica borsetta in pelle con speciali grafiche serigrafate non si spendono più di 500 euro e la qualità dei materiali oltre che la precisione dello stile sono al di sopra di ogni sospetto. Il perché è presto detto. L'azienda è stata fondata nel 1978 in provincia di Parma da Giacomo Mazzieri, padre di Angelo, l'attuale amministratore delegato. Con l'arrivo del terzo millennio la produzione passa in Cina dove il costo del lavoro è molto inferiore al nostro: anche 16 volte in meno prima della recente rivalutazione del dollaro sull'euro. Tutto il resto rimane in Italia, ovvero lo stile e gli standard qualitativi del prodotto oltre alla strategia di comunicazione. Gran parte dell'azienda diventa così un grosso laboratorio di prototipi dove lavorano 160 dipendenti diretti con specifiche competenze nel settore. A loro il difficile compito d'insegnare alle maestranze cinesi la differenza tra rifiniture accurate e punti dati in qualche modo pur di finire in fretta montagne di prodotti con cui invadere i mercati. Il successo arriva velocemente e per sostenerlo ci vogliono grandi investimenti. Così nel marzo 2012 Coccinelle viene ceduta al gruppo coreano Eland che mantiene management e stilemi italiani pur spingendo sull'internazionalizzazione del brand. I risultati sono sotto gli occhi di tutti e non potrebbero nemmeno suscitare le ire di Milena Gabanelli che spesso si veste e traveste da Torquemada della delocalizzazione. Infatti Coccinelle ha dato vita (e soprattutto continua ad animare) importanti operazioni sociali attraverso i propri prodotti. Soprattutto incontra i gusti delle donne che considerano le loro borse come case in miniatura, contenitori privilegiati di sogni e bisogni.

SE
LA BORSA
È BELLA
E BUONA

Ogni anno 1500 nuovi articoli. Ma ora sono richiestissime quelle benefiche. «Come l'ultima bustina che sostiene l'Ai.Bi...»

di DANIELA FEDI



del quotidiano. Abbiamo chiesto a Eleonora Pujia, direttore marketing e comunicazione del brand, di fare il punto su quest'idea della borsa-habitat.

Cosa mettono le donne nelle borsette?

«Il mondo, ovvero tutto e niente. E' un'osessione molto maschile capire cosa mettono le donne in borsetta, forse perché è una cosa estremamente privata che non tutti vorrebbero rendere pubblica. Io per esempio non potrei mai postare in internet il contenuto della mia borsa rovesciato e fotografato apposta per questo o quel social network. So che sono cose seguitissime dal popolo del web, ma preferisco tenere per me i fatti miei».

Può fare un'eccezione per noi usando le parole invece delle immagini?

«D'accordo. In questo momento nella mia borsa ci sono due yoyo e dei pezzetti di giochi da riparare; i miei figli e la famiglia sono sempre al centro dei miei pensieri. Immancabili tutti i giorni le chiavi di casa, il portafogli, gli occhiali da vista e da sole, una scatola di Aulin in caso di mal di testa e la bottiglietta

dell'acqua minerale che drena. Ho anche un paio di ballerine di riserva perché portare i tacchi dal mattino alla sera non è proprio agevole e il caricatore del telefonino. Quello del tablet l'ho dimenticato. Poi ci sono degli articoli strappati da non so più quale giornale in non so più quale occasione. Infine ho una vera e propria raccolta di biglietti da visita e parecchi scontrini che presto diventeranno illeggibili e quindi non scaricabili. Pensare che ho preso la bustina della felicità apposta per conservarli bene, ma alla fine ci tengo i documenti: dovrebbero avere altre due».

La bustina è l'ultima iniziativa benefica dell'azienda?

«Sì, un successo strepitoso. E' una piccola busta in velluto Soffiano realizzata in collaborazione con Chicco per sostenere Ai.Bi - Associazione amici dei bambini. L'abbiamo presentata in febbraio vendendo 1000 esemplari nelle prime due settimane. E' l'oggetto più venduto nei nostri negozi».

Torniamo alla sua borsa. Come mai non ha nemmeno un rossetto per non parlare di altri arnesi per il trucco tipo cipria, mascara e blush?

«Li dimentico sistematicamente nel bagno di casa. Riformisco periodicamente la trousse, ma i nuovi prodotti mi sembrano sempre migliori degli altri per cui la tiro fuori dalla borsa, mi trucco e poi

esco senza portarla con me. Del resto il mio è un make up molto leggero, non ha bisogno di grandi ritocchi».

La cosa più strana che ha mai avuto in borsa?

«Una lampadina fulminata. Ci è rimasta per giorni dopo l'acquisto di quella nuova: me l'ero semplicemente dimenticata. E poi pezzi di orecchini rotti, anche piuttosto preziosi».

Fortunata a non perderli...

«Più che altro porto solo borse Coccinelle che hanno sempre una taschina chiusa con cerniera per conservare le cose preziose. Di fronte ci sono due tasche per telefonino e tablet. Nei modelli più grandi e in tutti quelli aperti c'è lo scomparto protetto per portafogli e penne di valore: facciamo prodotti molto pratici».

Voi sfornate circa 1500 articoli nuovi ogni anno, non ha mai pensato di far produrre un organizer da borsetta?

«Sì, ma alla fine non eravamo abbastanza convinti da metterlo in collezione. Piuttosto dotiamo tutti i modelli trasparenti o trafabbrati di buste che non permettono di vedere il contenuto delle borse. E adesso stiamo pensando a una piccola luce perché a volte vedere nella borsa è impossibile: tocca ravanarci dentro».

Che borsa indossa in questo momento?

«Una B.live, la più venduta nei nostri negozi. Porto spesso anche la versione minibag che a dispetto del nome e della dimensione ridotta ha posto per borsellino, chiavi di casa, due telefoni e un paio di occhiali: l'indispensabile».

Prossimo best seller secondo lei?

«La borsa Arlettis che lanciamo per il prossimo inverno: un bellissimo oggetto a metà strada tra la postina che puoi portare anche a bandoliera e il classico modello a tracolla da vera signora. Sono sicura che avrà molto successo anche la Rotella Bag realizzata per i 50 anni della rotella di liquirizia Haribo. Ci hanno chiesto aiuto e noi abbiamo prodotto questo modello rotondo, contenuto in una bellissima cappelliera, molto in linea con la moda dell'ironia. Costa 290 euro, ma non è stato uno scherzo capire come cucire in tondo qualcosa che deve contenere oggetti dalle forme più disparate. D'altro canto le borse sono come le donne: le migliori nascondono grandi complessità dietro a un'apparenza semplice e impeccabile».

