

Outdoor. Varato il piano d'aggregazione

Gruppo unico per Bailo e Vist

Alessandra Saletti

Dagli attacchi da sci all'abbigliamento outdoor e invernale per il tempo libero: punta a conquistare il mercato della doppia stagionalità la nuova aggregazione, tutta trentina e altoatesina, nel settore dell'abbigliamento sportivo. Bailo Spa e Vist Srl hanno annunciato nei giorni scorsi un progetto di integrazione produttiva e commerciale che nell'arco di un quinquennio potrebbe portare il nuovo gruppo ad un aumento di fatturato da 20 a 36 milioni (con un Ebitda stimato al 17%). In vista, anche un aumento dimensionale e un potenziamento della rete commerciale con possibilità di generare indotto e nuova occupazione soprattutto in Valsugana, dove troverà posto lo stabilimento da 6 mila metri quadri base operativa e retail del gruppo.

Una sinergia che si propone di raggiungere nuovi mercati internazionali, quella sviluppata tra Bailo, marchio presente nel settore da oltre cinquant'anni, noto per aver introdotto in Italia materiali ad alta specializzazione come il Gore Tex o il Pile per l'abbigliamento sportivo, e Vist, specializzata in piastre e attacchi da sci e nell'abbigliamento per la neve. Motore del rilancio, una gamma di abbigliamento sportivo più completa, differenziata per stagionalità e segmentazione di clientela, da gestire in modo più coordinato, pur conservando l'indipendenza

commerciale dei marchi storici del gruppo: Vist e Bailo e Silvy Tricot (marchio di proprietà di Bailo), molto caratterizzati dal punto di vista tecnico-qualitativo. Il progetto partirà con il lancio di cinque linee, con i marchi storici affiancati da Teamwear (sviluppata congiuntamente da Bailo e Vist) e Tecnico.

Un mercato, quello dell'abbigliamento per gli sport invernali, che secondo Unioncamere in Europa vale oltre 2 miliardi e che nella sola regione alpina muove il 43% del mercato mondiale. Prospettive di sviluppo anche per quanto riguarda la richiesta di abbigliamento per

36 milioni

A bilancio. Si tratta dei ricavi complessivi delle due aziende attive in Trentino-Alto Adige

l'outdoor attivo (9,7 milioni di fatturato retail in Europa), in crescita soprattutto sul mercato asiatico (+20%) e americano (+10%).

Sede commerciale, marketing e showroom della newco saranno localizzati in Alto Adige, ad Ora, mentre il piano di sviluppo prevede un potenziamento della rete di distribuzione con nuove società oltre a quelle già attive negli Stati Uniti e in Svizzera. In Italia, programmata l'apertura di 23 negozi monomarca, due outlet e lo sviluppo di una rete di vendita diretta.