

I corsari di Blue Drake alla conquista del mondo

Pubblicato: Mercoledì 8 Febbraio 2006

✖ «Noi veniamo a questa fiera da vent'anni, cioè da quando esiste la Pres''' spiega **Raffaella Prestinoni**, seconda brillantissima generazione dell'azienda che commercializza il marchio **Blue Drake** – vuole sapere perché ci chiamiamo Pres'? perché era il nomignolo con cui mia madre ha sempre chiamato mio padre. Loro si conoscono da 50 anni... E vuole sapere anche perché il marchio si chiama Blue Drake? A parte che a mio padre piace tanto il blu, lei conosce la storia di Sir Francis Drake? Un corsaro inglese che mise in difficoltà le grandi potenze e fece il giro del mondo?»

Raffaella è un vulcano di entusiasmo, malgrado i due figli piccoli. Regge con la sua famiglia l'azienda nata nel 1986, quando suo padre – che era stato direttore commerciale della Dama, l'azienda nota all'estero per il marchio Paul and Shark – si mette in proprio.

«I miei hanno passato la vita tra le maglie» chiosa Raffaella, che ricorda come, fin da subito, l'azienda che prende il nome da un nomignolo ha cominciato a lavorare prevalentemente con l'estero.

Non è però, per un po', affar suo: «Io mi sono laureata a Milano, dove poi all'inizio sono rimasta a lavorare: facevo consulenze sulle riorganizzazioni di gruppi internazionali. Avevo lavorato sulla scissione del gruppo Motta, sullo spostamento degli stabilimenti Vileda in Turchia... così per quattro anni. Ma ad un certo punto mio padre è stato male. Che dovevo fare? Io sono figlia unica, e perciò ho fatto le valigie e sono tornata a casa. Ora lavoro in azienda, abito a Buguggiate, sono sposata e ho due figlie»

✖ A lei tocca, da quando è tornata in azienda, la parte commerciale e le fiere estere. E il perché sembra facilmente comprensibile, con l'energia e la comunicativa che ha. «Noi lavoriamo per l' 86% con l'estero. I nostri mercati più importanti sono la Russia, l'Olanda e il Portogallo. Anche negli Stati Uniti eravamo partiti molto bene, quattro anni fa, poi però il dollaro è andato male... La nostra forza è la qualità, il realizzare maglioni che non si rovinano mai e che son dei classici. Questo per esempio, è un modello che facciamo da 20 anni suonati, è il nostro cavallo di battaglia. E guai a cambiarlo. Ho un cliente che mi dice sempre "no, non è ancora ora di comprarne uno nuovo, quello che ho ha solo 12 anni..." veda un po'...»

Quest'edizione della fiera di Dusseldorf, alla Blue Drake, ha portato molta fortuna: incontro infatti Raffaella poche ore dopo. Si sbraccia verso di me e, convinta che abbia fatto da portafortuna, mi vuole di nuovo allo stand. Nel solo primo giorno di fiera, aveva fatto ordini per 3500 capi.

Nello speciale, la storia delle altre aziende

Stefania Radman

stefania.radman@varesenews.it

