

VareseNews

“Mi sono fatto la mia nicchia e così non subiamo l’Asia”

Pubblicato: Lunedì 6 Febbraio 2006

 Incontro **Angelo Saporiti** mentre sta allestendo lo stand, indaffarato alla ricerca della soluzione più adatta tra il filo di nylon e il nastro biadesivo per stendere i suoi loghi.

Non è uno dei veterani della fiera, ma non è nemmeno un debuttante: “Sono venuto a vedere l’edizione invernale del **CPD (Collection Premiere Dusseldorf)** per la prima volta l’anno scorso: a quella estiva seguente ho poi partecipato”.

Per la **Samaf**, l’azienda di cui Saporiti rappresenta la seconda generazione, il mercato estero ha consentito di aprire nuovi spazi di fatturato, anche se la maggior parte del lavoro è ancora in Italia, per loro: “Noi all’estero mandiamo circa il 20% della produzione, e questo avviene da quando abbiamo cominciato a produrre le taglie conformate. Potrà sembrare strano, ma uno dei nostri mercati migliori è il Giappone, e in ogni caso ci sono molti negozi specializzati all’estero”.

La **Samaf di Fagnano Olona**, una azienda familiare nata nel 1968 da Peppino Saporiti e Felicita Pizzoli (che ora si occupa della parte contabile) ha cominciato come felpa: “producevamo, come facciamo ancora del resto, tute sportive”. Ad un certo punto però, oltre ad aumentare il livello qualitativo, alla **Samaf** scoprono il mercato delle taglie conformate. Una buona idea, perché “Ora serviamo circa 400 negozi specializzati in taglie conformate, e vendiamo con il nostro marchio “Sandra Milani”.

Angelo è entrato in azienda che aveva 23 anni, alla morte del padre: “Andavo all’università, studiavo economia aziendale, la morte di mio padre mi ha fatto interrompere gli studi. Ma non è stato un cambio di programma: il lavoro però mi è sempre piaciuto. Si sono solo accelerati i tempi”.

La produzione dei Saporiti è concentrata nelle **t-shirt e nelle polo di filo scozia**, mentre in inverno producono la maglieria più classica, dal merinos al cachmere. Per i conformati però, la scelta è anche maggiore, e comprende persino l’intimo più moderno: in fiera c’erano anche boxer neri di maglia.

“La produzione di nicchia è decisamente quella che ci salva, in questo momento difficile: è grazie al mercato di nicchia infatti che riusciamo a sopravvivere senza essere schiacciati dalla concorrenza asiatica. Una concorrenza ingestibile: è infatti impossibile competere con loro”. O forse un po’ sì: scoprendo le fiere al di fuori dell’Italia: “Noi ci veniamo, comunque, oltre a Dusseldorf siamo andati anche a Mosca. Perché venire serve sempre, anche quando gli ordini non sono tanti. Col tempo, si scopre sempre di avere portato a casa qualcosa”.

Stefania Radman

stefania.radman@varesenews.it