

## Miluna, un partner alla moda

Data : 3 giugno 2016

L'intuizione è quella giusta: offrire servizi a clienti piccoli e grandi per tutto quel che riguarda le fasi che seguono il confezionamento di un abito. Dal campionario alla stiratura, dallo stoccaggio alla logistica. Un pacchetto completo - "all inclusive" - adatto tanto ai grandi marchi del lusso, quanto alle start-up della moda.

### **Giorgio Beraldo, quando lei e il suo socio Oreste Scrivante, avete avuto questa idea?**

«Tutti e due proveniamo da esperienze lavorative nel tessile, diciamo quindi che conoscevamo il settore. Io producevo abiti da cerimonia, mentre Oreste era direttore di produzione per un brand della moda. Nel 2005, complice la crisi, ci siamo trovati senza lavoro e così abbiamo deciso di rimetterci in gioco e rilevare Miluna. All'epoca l'azienda forniva solo un servizio di stiratura professionale alle aziende e ai produttori di abbigliamento locali. Noi abbiamo voluto ampliare l'offerta».

### **Ecco, proviamo a raccontare cosa fate. Perché Miluna è un "fashion partner" come si legge sul vostro sito?**

«Come dicevo in origine Miluna era la classica stireria che lavorava per imprese locali. Con l'avvento della crisi e la conseguente diminuzione dei clienti, abbiamo costruito una struttura in grado di soddisfare più esigenze: dal disegno del capo in Cad, alla realizzazione di un piccolo campionario, fino alla stiratura. Dall'immagazzinamento dei capi, alla spedizione degli stessi in Italia e all'estero. Diciamo che abbiamo cercato di seguire l'andamento del mercato in cui la produzione e la commercializzazione sono ormai due cose distinte. Oggi il produttore pensa molto più al marketing che alla produzione che invece è delegata ad aziende come Miluna».

### **Chi sono i vostri clienti?**

«Fino a non molti anni fa la clientela era molto variegata. Oggi i nostri clienti sono alcuni grandi nomi della moda e piccoli marchi emergenti che si sono buttati nel settore con una buona dose di coraggio e tanta passione. È questo il caso di un nostro cliente milanese che si è inventato un brand, riuscendo a sfondare all'estero. Chi parte adesso ha bisogno di assistenza dalla A alla Z e noi siamo in grado di offrirgliela».

### **Parliamo del reparto dedicato alla logistica. Può spiegarci come funziona?**

«Abbiamo realizzato un software di gestione magazzino che ci permette di caricare e stoccare la produzione dei nostri clienti più piccoli. Questi ci forniscono l'elenco dei loro clienti e degli ordini richiesti e noi proviamo alla spedizione. Nel caso dei clienti più grandi invece interagiamo con i loro software gestionali, interfacciandoci direttamente con la casa madre».

### **Perché state valutando la possibilità di lavorare anche con l'estero?**

«Prima di tutto perché i clienti esteri considerano i loro fornitori una risorsa, provvedendo a pagarli in tempi brevi se non brevissimi. Secondariamente perché abbiamo lavorato con un cliente tedesco, un agente di commercio che lavora per i marchi della moda, che ha avuto l'intuizione di realizzare e confezionare in Italia abiti che poi vende con successo in Germania.

Quindi abbiamo intuito il potenziale di una prodotto 100% made in Italy».

### **Un esempio basta per capire se è una strada percorribile?**

«Consideri che circa L'80% dei 200mila capi che lavoriamo internamente vanno all'estero. Ora, tramite l'ufficio export di Confartigianato Varese, stiamo pensando a cosa offrire a potenziali clienti esteri».

### **Avete avuto qualche riscontro?**

«Proprio in questi gironi stiamo dialogando con un'azienda americana che desidera sviluppare una linea di abiti da sera totalmente made in Italy, ora siamo pronti a mandargli i primi campioni. Vediamo cosa succede».

### **Scheda dell'azienda**

Miluna s.r.l  
Via San Rocco, 99  
21010 Cardano al Campo (VA)  
tel. 0331 1832117  
fax. 0331 1832164  
email: [miluna@milunasrl.it](mailto:miluna@milunasrl.it)  
[www.milunasrl.it](http://www.milunasrl.it)