

Bikkembergs la svolta dell'intimo con Perofil

IL BRAND, CONTROLLATO OGGI DAL GRUPPO ZEIS EXCELSA DI MAURIZIO PIZZUTI, HA SIGLATO IL NUOVO CONTRATTO DI LICENZA CON L'AZIENDA DI BERGAMO PER CREARE E DISTRIBUIRE NEL MONDO TUTTE LE LINEE DI PRODOTTI

Milano

Passa per l'intimo la nuova svolta di Dirk Bikkembergs. Il brand di *ready-to-wear* maschile e femminile e accessori total look fondato nel 1986 dall'omonimo stilista all'avanguardia nella Scuola di Anversa degli anni '90, dal 2011 controllato dal Gruppo Zeis Excelsa guidato da Maurizio Pizzuti ha siglato una nuova licenza con Perofil. Obiettivo: la creazione, produzione e distribuzione a livello internazionale delle sue linee di intimo. Il contratto di licenza, di durata quinquennale ma «rinnovabile automaticamente a fronte del raggiungimento degli obiettivi di fatturato», per usare le parole di Pizzuti, contempla non solo le linee *underwear*, *loungewear* (pigiameria e affini), calzetteria uomo e junior ma anche il *beachwear* e i costumi da bagno per uomo, donna e bambino.

Perofil, una storica azienda di Bergamo specializzata in intimo, pigiami e calzetteria che ha al suo attivo anche una licenza con il brand Ermengildo Zegna Underwear, 90 dipendenti e un fatturato di 16 milioni di euro nel 2014, subentra nel rapporto di licenza dell'intimo e *beachwear* di Bikkembergs alla Albisetti di cui produrrà il campionario per l'autunno-inverno 2015-

16. «La nostra prima collezione di *underwear* e *beachwear* completamente gestita, realizzata e distribuita da Perofil esordirà sul mercato dalla stagione primavera-estate del 2016 e sarà lanciata in anteprima a giugno di quest'anno», anticipa Pizzuti. Da quando è stata presentata per la prima volta a livello internazionale nel giugno 2007 con un grande evento a Firenze alla Stazione Leopolda in occasione di Pitti Uomo fino a oggi, la linea di intimo e costumi da bagno firmata dallo stilista belga ha registrato una crescita dal 2 al 10% sul fatturato totale del marchio, ovvero da un valore di 1,5 milioni di euro al momento del lancio fino a 6 milioni al momento della conclusione del rapporto con Albisetti.

«L'obiettivo è raddoppiare questi risultati nel giro di 2 o 3 stagioni grazie anche alla rete distributiva di Perofil che presidia i maggiori *department store* e comprende mercati dove non siamo presenti se non con l'e-commerce come gli Stati Uniti». La commercializzazione dell'*underwear* e delle altre linee di prodotto collegate, che saranno realizzate interamente in Europa, in base al nuovo accordo con Perofil raggiungerà anche i 74 monomarca Dirk Bikkembergs, di cui 6 diretti, 23 corner e 9 outlet, sparsi fra Europa, Medio Oriente e Far East.

(e.m.a.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

