

AZIENDE. Sopra lo store di via Roma in centro storico ha creato appartamenti per ospitalità

La Carrera spa investe e punta anche sui B&B

Dopo una ristrutturazione importante ricavati 27 posti letto
L'ad Gianluca Tacchella: «In vista del Vinitaly è già tutto esaurito»

Valeria Zanetti

Diversificare diventa parola d'ordine anche per Carrera Spa, l'azienda veronese leader nella produzione e vendita di jeans e moda casual, che entra nel settore ricettivo ed in particolare nella gestione di appartamenti per affitti turistici. Dopo un anno di lavoro la palazzina Carrera Home è pronta ad ospitare i primi clienti in cinque appartamenti (ribattezzati Giulietta, Romeo, Arena, Adige, Garda) da 27 posti letto totali, completamente ristrutturati, nella centralissima via Roma, a Verona.

Presto le unità residenziali saranno accessibili a turisti e uomini d'affari che prenotano affitti brevi dai principali portali come Holidu, Booking e Airbnb. L'approdo al settore ricettivo però per Carrera è abbastanza casuale. «L'unica esperienza in famiglia è di mia madre che gestisce un bed and breakfast, dai piccoli numeri», racconta Gianluca Tacchella, amministratore delegato dell'azienda di abbigliamento basata a Caldiero, da oltre 32 milioni di fatturato nel 2016, una cinquantina di consolidato di gruppo, che comprende anche le attività di coltivazione di materia prima, il cotone, e di produzione in due fabbriche in Tagikistan con circa 3mila addetti.

Da cosa è stato determinato quindi lo sconfinamento in un settore nuovo? «L'anno scorso abbiamo aperto il no-

stro negozio "Carrera" in via Roma (al civico 29, ndr), al piano terra di una palazzina tutta da risistemare. Preso in affitto il locale e ristrutturati gli spazi commerciali, ci è stato chiaro che anche il resto dell'immobile, inutilizzato, era da consolidare. Così ci siamo accordati con la proprietà e ci siamo organizzati per la riqualificazione completa, funzionale anche a garantire maggiore stabilità allo store», spiega. Da qui l'intuizione di destinare gli appartamenti ad affitti brevi, nel cuore di Verona, proprio a due passi dall'Arena e da Castelvecchio. «Abbiamo pensato ad arrearli anche con dettagli che richiamino la vocazione al denim di Carrera, senza essere troppo invadenti, come cuscini e quadri in jeans», afferma.

L'iniziativa, che ha richiesto uno sforzo economico importante piace ai clienti. «Le unità abitative non sono ancora caricate su tutti i portali per locazioni turistiche, eppure sono già esaurite per il Vinitaly», afferma Tacchella, che ha già manifestato un interesse personale per altri settori di business, oltre all'abbigliamento. È infatti uno dei 34 soci del birrifico artigianale Lester, srl di Lugo di Grezzana, che presto si trasferirà a Stallavena, nella sede storica dell'impresa della famiglia Tacchella. «Dopo qualche anno di attività il birrifico comincia ad ampliare la propria clientela e ad aver bisogno di spazi aggiuntivi per produzione e vendita», dice l'ad Carrera. «Noi abbiamo disponibilità e probabilmente questo spostamento porterà beneficio anche allo store di abbigliamento casual, che commercializza le nostre proposte moda. Probabile a questo punto anche l'ingresso di Carrera Spa con una piccola quota nella compagine sociale Lester», conclude. •



Gianluca Tacchella, amministratore delegato di Carrera spa

Novità di prodotto ed export

«Nuovo accordo in Usa: Venderemo jeans all'aloé e quelli a prova di furto»

Il core business di Carrera Spa continua ad essere l'abbigliamento casual e l'obiettivo per quest'anno è l'ingresso sul mercato Usa.

«Abbiamo chiuso una serie di accordi commerciali con distributori locali. Stimiamo di cominciare a commercializzare la nostra produzione da settembre. Quella statunitense è una destinazione importantissima per il casual: ogni anno assorbe quasi 900 milioni di paia di jeans», ragiona Gianluca Tacchella, ad di Carrera. A trainare il marchio sullo sbocco a stelle e strisce saranno due prodotti innovativi. «Si tratta per il momento del jeans passport, studiato per proteggere dallo smarrimento o furto di documenti e oggetti personali, grazie ad un sistema di tasche chiuse da cerniere. Per il segmento donna, invece, il successo viene dall'adozione del jeans elasticizzato all'aloé», aggiunge. «Senza prodotti innovativi non avremo potuto

pianificare una presenza negli Usa», dice.

E l'innovazione in Carrera si mette a punto nel Veronese, dove il gruppo conserva il centro stile e logistico che consentono rispettivamente di caratterizzare la produzione secondo la richiesta ed il gusto italiani e di rispondere alle esigenze dei distributori per rifornire in tempi brevi i punti vendita che richiedono il prodotto. Per coprire gli incrementi di domanda provenienti dal mercato Usa saranno sufficienti nell'immediato i due stabilimenti in Tagikistan, specializzati uno nel denim e l'altro nella produzione di pantaloni colorati.

Altro traguardo da tagliare nell'anno riguarda il potenziamento del canale di vendita online destinato sia ai clienti titolari di punti vendita non a marchio sia al consumatore finale, «che comincia ad acquistare sempre più spesso anche dai nostri sito», conclude l'ad. Va.Za.

Circa 50 milioni il fatturato del gruppo che conta anche due fabbriche in Tagikistan