

I cacciatori di tendenze

«In arrivo il **bomber** nero»

Moda democratica, Ovs in Italia cresce più di H&M e Zara
L'ad Stefano Beraldo: «L'arte è la nostra nuova frontiera»

Un po' di campanilismo non guasta: e allora si apprende con un certo orgoglio che Ovs è il marchio di fast fashion con maggiore crescita sul mercato italiano «anche più di H&M e Zara», come sottolinea Stefano Beraldo, amministratore delegato di Ovs Spa e vicepresidente di Gruppo Coin (che detiene anche Excelsior Milano). «In ogni azienda se non c'è crescita non puoi coltivare il miglioramento, investire, fare ricerca, attrarre talenti», ragiona il manager, che nel tempo libero suona la chitarra elettrica. Ci sa fare Beraldo, e lo ha dimostrato. Nel 2005 ha preso un gruppo in perdita portandolo a leader del settore con l'approdo in borsa di Ovs e la quota di mercato di casa nel 2014 del 5,28 per cento, contro i 2,53% di H&M e i 2,26% di Zara. Ma è soprattutto sullo stile che Beraldo ha lavorato. Per rende-

re la griffe di moda democratica sempre più giovane e alla moda, arruolando professionisti come Caterina Salvador, ex D&G.

«Il fast fashion ha cambiato l'industria dell'abbigliamento, da un lato ci sono i marchi del lusso, cosiddetti aspirazionali, con la missione lanciare le tendenze; dall'altro ci siamo noi che dobbiamo essere bravi a captare i look che dopo una sfilata diventeranno "di successo". Da idea si trasformeranno in prodotto».

Ovs è presente anche ad Expo in qualità di fornitore ufficiale di abbigliamento e gadget con marchio dell'esposizione universale. «La struttura modulare, alla fine, sarà riutilizzata in azienda e diventerà un asilo per i bambini della nostra sede», annuncia il manager con pragmatismo veneto. Lo store all'ingresso del Decumano intanto è

pieno di magliette, shopping bag e molto altro con grafiche a difesa del pianeta. «La t-shirt è il capo più rappresentativo della nostra epoca», afferma Beraldo. Ma deve essere sempre sorprendente. Cita quelle con l'iconografia di San Francesco, realizzate in collaborazione con Elio Fiorucci. «Ma ma tra le più vendute c'è anche quella con il diavolo, ispirata ai futuristi della prima esposizione universale del 1906». Esiste la sostenibilità nella moda? «Certo — si accalora — un'impresa diffusa come la nostra deve sapere che il cittadino del 2015 chiede conto di ogni suo comportamento. Chiunque associa un prodotto di successo con il rispetto delle regole. Il cliente ormai lo considera imprescindibile, una sorta di licenza etica. Ci siamo dati un codice di autodisciplina: un team di controllori di qualità gira tra Cina, Banglade-

sh e India per verificare l'avanzamento della produzione nel rispetto dei diritti umani».

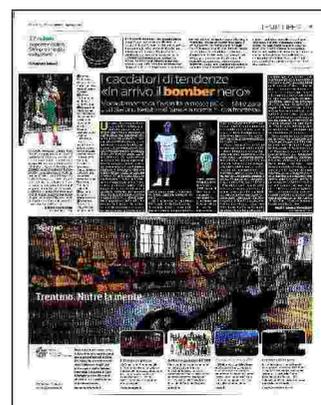
Avanza una proposta: creare un accordo tra le aziende per destinare una parte del fatturato per assicurare audit a tappeto. E la moda? Passata la mania dei leggings («stanno bene a pochissime»), per l'autunno l'esperto scommette sul bomber nero. «Ma oggi a vincere è l'accessorio — assicura — con l'abbigliamento che diventa secondario». E l'uomo? «È meno formale, porta le magliette sotto le giacche e pochissime cravatte». Tra i progetti, quello di promuovere le bellezze italiane. «Gli stranieri scrivono i nomi delle città sulle magliette. Noi dobbiamo andare oltre». Prende l'iPhone e mostra i capitelli fotografati in una chiesa di Modica: «L'arte è la nuova frontiera della moda».

Maria Teresa Veneziani

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sopra Stefano Beraldo, nato a Mestre nel 1957, patron di Ovs. In alto, la maglietta realizzata da Elio Fiorucci per Expo. A sinistra lo scozzese punk di Ovs



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.