

Andrea Illy:
Così illycaffè arriverà
a 1 miliardo di euro



Il manager viaggia low cost

COME CAMBIANO LE TRASFERTE D'AFFARI AI TEMPI DELLA CRISI



AUTO

Il futuro di Porsche,
insieme a Volkswagen

ASSICURAZIONI

Il boom delle polizze che
tutelano i top executive

SHOPPING

Capitali europee: la top 20
del commercio moderno

€ 7,80 € 3,50

Anno 10 - n° 9 - 2009



all'interno articoli da

Economist Intelligence Unit

**The
Economist**

Made in Italy

di Matilde Viviani



Nh Sartoria, nobiltà su misura

L'eccellenza sartoriale di Domenico Bombino e quella manageriale di Federico Ceschi oggi si traduce in 300 capi l'anno. Indossati da numerosi top executive

Anche se il loro sodalizio ha da poco compiuto cinque anni, la collaborazione tra Federico Ceschi, fondatore di Nh Sartoria, e il sarto Domenico Bombino ha il sapore della storia. Perché l'atelier di via Pontaccio a Milano era quasi una leggenda nel mondo della sartoria su misura, tanto che era frequentato dai più noti artisti lombardi degli anni Settanta. E dopo un'esperienza professionale di diversi anni in Mila Schön - Ceschi come direttore commerciale e Bombino come responsabile dell'abbigliamento uomo - i due appassionati hanno unito le forze per riproporre la nobiltà della produzione artigianale, a rischio estinzione. Oggi, Nh Sartoria vende 250-300 capi l'anno e ha una clientela fidelizzata che comprende numerosi top executive e capitani d'impresa. «Chi si abitua ai nostri capi - assicura Ceschi - non li abbandona più, perché sono realizzati con uno stile unico e una perizia d'altri tempi, ma anche perché il rapporto qualità/prezzo, se confrontato con i listini della sartoria su misura, è ottimo». Un abito completo, che ha tempi di realizzazione poco superiori al mese, va dai 2.500 ai 3 mila euro. «Proponiamo naturalmente anche molti complementi: cravatte, gemelli, capotti, cinture» spiega Ceschi. Anche qui con importanti innovazioni. Come una cravatta senza cuciture, realizzata in seta e in cachemire e personalizzata, costa tra i 120 e i 180 euro, mentre quelle lavorate a mano vanno sui 200 euro. E il servizio continua online: Nh Sartoria ha infatti siglato un accordo con un cravattificio artigianale

di Mantova che propone cravatte settepieghe in diverse fantasie, da scegliere sul sito. «A ogni nuova stagione inviamo ai nostri clienti - prosegue Ceschi - un catalogo Dress code con i tessuti più ricercati che abbiamo selezionato, perché la conoscenza dei filati e la personalizzazione dello stile sono componenti fondamentali per chi sceglie abiti su misura».

Una nicchia che, in ogni caso, ha risentito della crisi. «Notiamo soprattutto una minore frequenza nel ritorno dei clienti: se fino al 2007 era normale farsi confezionare un capo l'anno, oggi alcuni aspettano anche due-tre anni. Per questo, stiamo cercando di allargare il giro d'affari all'estero - spiega Ceschi - in particolare in Russia, Germania, Svizzera, Francia. In questo caso, però, inviamo solo capi finiti». Un'altra fonte di nuovo business viene dall'abbassamento dell'età media. «Se prima la clientela di base era nella fascia dai 40 ai 60 anni, oggi vengono da noi molti 30enni, figli di industriali che subentrano alla guida dell'azienda e vogliono vestirsi in modo adeguato al nuovo ruolo». E per le occasioni speciali, Nh Sartoria propone anche frac (realizzati persino per direttori d'orchestra) in midnight blue. Tanto apprezzati che, una volta, un dirigente d'azienda che si era trasferito a Parigi e aveva una cerimonia importante arrivò a chiedere un mezzo miracolo: la consegna di uno smoking in una settimana e mezza. «La presi come una sfida, ma essendo un cliente abituale di cui conoscevamo bene le misure, riuscimmo a vincerla».