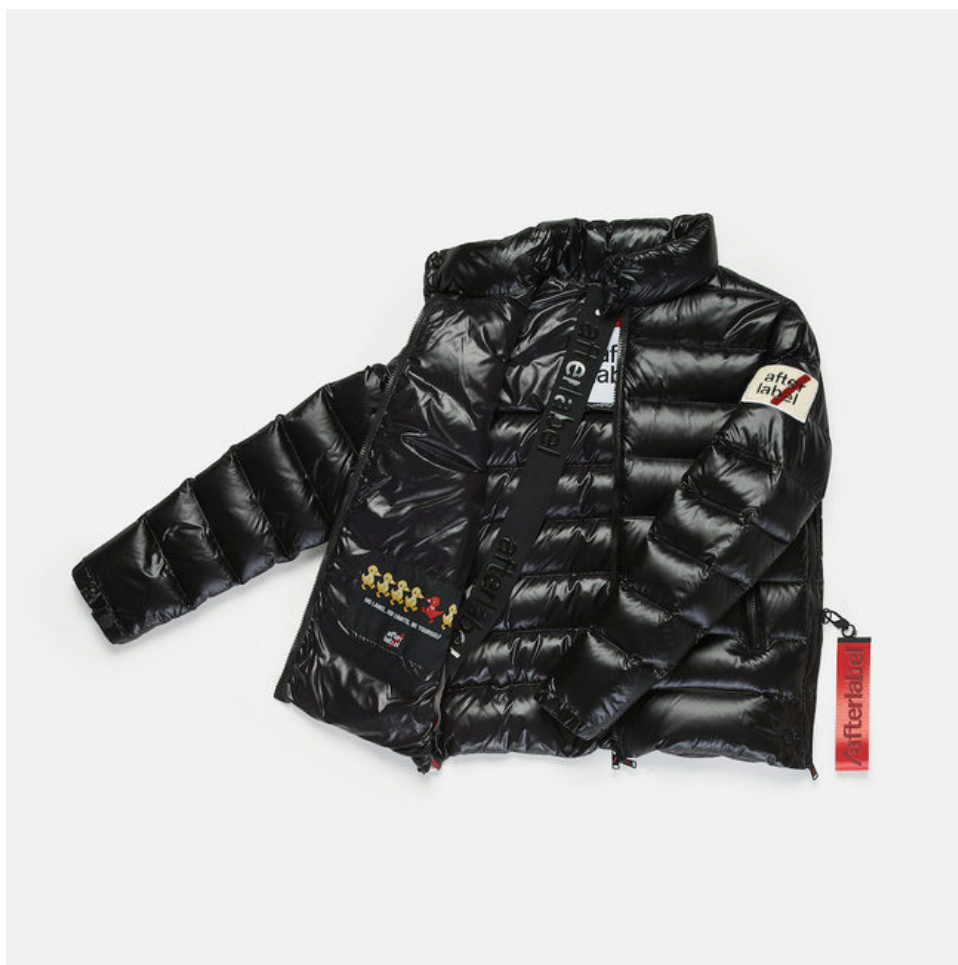


## Marbel si assicura la licenza globale del kidswear di After Label

Di Gianluca Bolelli - 07 Gennaio 2021

L'azienda pugliese Marbel, fondata nel 1990 e da sempre specializzata nel childrenswear dai 3 mesi ai 16 anni, che produce in licenza per molti brand e controlla il marchio di proprietà Aspen Polo Club, amplia il proprio portfolio clienti grazie all'ingresso della licenza di After Label. La collaborazione per il kidswear del brand di capispalla posseduto dalla bresciana Golden Season riguarda la produzione e distribuzione delle sue linee sul territorio nazionale ed internazionale.



*Marbel per After Label*

“Siamo lieti di aver raggiunto un importante accordo con un'azienda come After Label. L'obiettivo comune è di poter contribuire alla loro crescita nel mercato kidswear global grazie alla nostra expertise nel settore, e ad una rete produttiva e commerciale solida ed in continua evoluzione”, spiega in una nota Giuseppe Cariello, fondatore e CEO di Marbel SpA.

□

“La Fall/Winter 2019 è stata la prima collezione di After Label e ha riscosso immediatamente un enorme successo affermandosi in una distribuzione internazionale selezionata”, spiega nel comunicato Luca Orsatti, CEO della Golden Season S.r.l. “I sorprendenti dati sell-out e sold-out e le crescenti richieste di fornitura di mercati quali Russia, Canada e Nord Europa hanno gettato le basi per l'implementazione delle collezioni invernali Fall/Winter 2020 dove creatività e alta qualità si sono espresse al meglio e vedranno un'ulteriore crescita nelle collezioni Fall/Winter 2021. La scelta di avviare questa importante collaborazione è stato un passaggio naturale per un brand in così forte evoluzione”

Il portafoglio del gruppo pugliese, guidato dal fondatore e CEO Giuseppe Cariello, include nomi come Gaëlle Paris, Vicolo Girl, D.A. Daniele Alessandrini, Alviero Martini 1° Classe Junior, Refrigue e Sergio Tacchini.



*Marbel per After Label*

Marbel, la cui sede si trova a Bitonto, ha chiuso il 2019 con un giro d'affari salito di oltre il 40% a 18 milioni di euro, rispetto ai 13 milioni dell'esercizio precedente, con un margine operativo lordo del 9%. Tuttavia, a causa dell'emergenza Covid-19, le previsioni 2020 - che erano di crescita di circa un +20% - sono state riviste a fronte della situazione inaspettata che ha colpito il mercato a livello globale. A risentirne è stata soprattutto la stagione Spring/Summer 2020, che nel periodo da marzo a giugno non ha portato ai risultati previsti, spiega il gruppo pugliese nel proprio comunicato. La Fall/Winter 2020 ha invece visto prevalere un forte desiderio di normalità e quotidianità, che ha portato a confermare il programmato, prospettando così una chiusura di anno sulle cifre del 2019, per tornare ad una preventivata crescita nel 2021 e proseguire così il piano di sviluppo che punta a 30 milioni di euro di ricavi nel 2023. Il gruppo indica di aver messo già a segno una crescita organica sui mercati asiatici e mediorientali.

Attualmente, circa l'80% del volume d'affari di Marbel è ottenuto in Italia, mentre il 20% estero (nel 2016 era solo il 5%) si concentra soprattutto in Europa, con in testa le nazioni di Belgio, Francia, Olanda e Germania, seguite da Russia, Emirati Arabi e Inghilterra.

Di Gianluca Bolelli

*Copyright © 2021 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.*