

FASHIONNETWORK.COM – 10 SETTEMBRE 2020

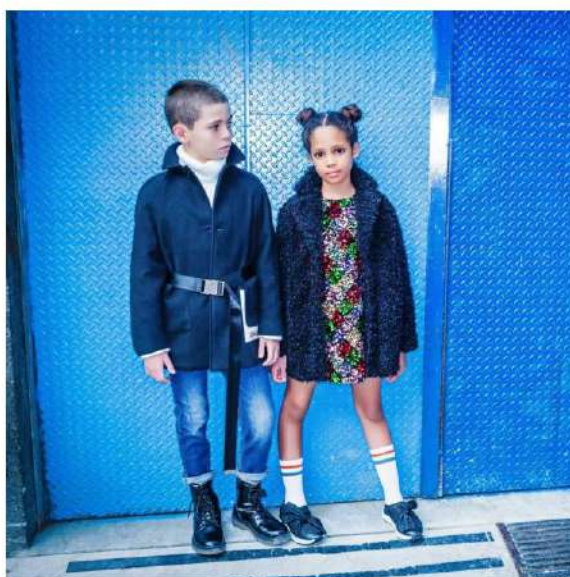
1/2

<https://it.fashionnetwork.com/news/Il-kidswear-reagisce-al-covid-marbel-positiva-su-conti-2020,1242288.html>

FASHION
NETWORK

Il kidswear reagisce al Covid, Marbel positiva su conti 2020

Grande richiesta di felpe e tute per le aziende produttrici di moda junior. Da anni l'abbigliamento preferito di alunni e studenti, e soprattutto dai loro genitori, dalle materne alle medie, in quest'anno scolastico, che inizia con tutte le incertezze causate dall'emergenza sanitaria da coronavirus, si candida a diventare il look più adatto.



FASHIONNETWORK.COM – 10 SETTEMBRE 2020

2/2

<https://it.fashionnetwork.com/news/Il-kidswear-reagisce-al-covid-marbel-positiva-su-conti-2020,1242288.html>

FASHION
NETWORK

"Ce ne siamo resi conto immediatamente che la richiesta era superiore al solito", ha confermato Giuseppe Cariello, fondatore e amministratore delegato di Marbel SpA, azienda pugliese da 30 anni nel kidswear produttrice e distributrice per molti marchi famosi e da 5 titolare pure di uno proprio, "siamo già ai riassortimenti non solo sulla fascia neonati, ma anche su bimbi e ragazzini: del resto possiamo comprendere benissimo le esigenze e i timori delle mamme, vorranno cambiare i loro figli molto più spesso, soprattutto al rientro a casa da scuola, quindi il consumo raddoppierà, e di sicuro saranno ancora più necessari capi prodotti con alta qualità per garantire anche maggiori lavaggi".

Per aziende come quella pugliese la ripresa quindi si avvia sotto un buon segno. Fatti i conti negativi con l'abbigliamento da cerimonia ('un disastro', ha ammesso Cariello) l'azienda può chiudere comunque in attivo anche il 2020. Con un incremento di fatturato del 10%, considerato un ottimo traguardo anche se le previsioni puntavano al 20, come stava accadendo da diversi anni.

Un bilancio positivo che viene condiviso in solidarietà: proprio domani donerà capi di abbigliamento (per un valore di circa 150 mila euro) alla Caritas Diocesana di Cassano Allo Jonio (Cosenza). Una quarantina di dipendenti, nessuno dei quali messo in cassa integrazione durante il lockdown, l'azienda Made in Italy dal prossimo anno entrerà anche nel e-commerce. Ha avuto invece poco spazio lo Smart working. "Sono un imprenditore vecchia maniera ha detto l'ad - mi piace il contatto diretto con i miei collaboratori".