

Partnership

# Furla-Morellato, patto per gli orologi

Il marchio di pelletteria ha siglato una licenza quinquennale con il gruppo veneto. Il debutto con una collezione donna a Baselworld. Obiettivo, 25 milioni in cinque anni. **Chiara Bottoni**

**A**mpliare il mondo **Furla** in maniera coerente con il Dna del marchio. È questo l'obiettivo dell'alleanza stretta tra il brand di pelletteria, che ha archiviato il primo semestre con vendite per 151,5 milioni di euro (+30%), e il gruppo **Morellato**. Una licenza quinquennale per la produzione e la distribuzione di segnatempo i cui frutti vedranno la luce con la stagione autunno-inverno 2016/17, che sarà presentata a marzo a **Baselworld** per poi raggiungere i monomarc a Furla, orologerie



A sinistra, Erakdo Poletto e Maurizio Carraro. Sopra, un'anteprima di orologio Furla

e gioiellerie e corner dedicati a gioielli e orologi nei principali department store worldwide da luglio. «Gli orologi, godendo di una distribuzione a se stante, potranno contribuire a consolidare l'immagine del brand», ha sottolineato **Erakdo Poletto**, amministratore delegato di Furla, «prima avevamo già tentato la strada di questa brand extension ma senza affidarci a un partner. Con Morellato, invece, abbiamo impo-

sto un discorso a tutto tondo». Obiettivo della partnership sarà quello di realizzare 25 milioni di euro di vendite in cinque anni. «Ma siamo ben pronti a superare questo traguardo», ha aggiunto **Massimo Carraro**, ceo e presidente di Morellato, «Ci aspettiamo riscontri favorevoli soprattutto dall'Asia, dove Furla è molto forte, ma anche dall'Italia, consapevoli del valore aggiunto di queste due storiche realtà del made in Italy». I modelli saranno caratterizzati da elementi di richiamo alle bag di Furla e sposteranno lo spirito giocoso e colorato del marchio, offrendo la possibilità di cambiare i cinturini in più varianti. La prima collezione sarà dedicata alla donna, con l'idea di aprirsi al segmento maschile nel 2017. (riproduzione riservata)

sto un discorso a tutto tondo». Obiettivo della partnership sarà quello di realizzare 25 milioni di euro di vendite in cinque anni. «Ma siamo ben pronti a superare questo traguardo», ha aggiunto **Massimo Carraro**, ceo e presidente di Morellato, «Ci aspettiamo riscontri favorevoli soprattutto dall'Asia, dove Furla è molto forte,