

FOPE

Flex'it piace a Piazza Affari

Il Natale di Fope punta su linee pulite e sobrie, che mantengono come comune denominatore la qualità del made in Italy. Protagonisti decisi saranno la collezione Prima e gli orologi LadyFope, le due novità più rilevanti della seconda parte del 2017. La collezione Prima si basa e "reinventa" il collaudato sistema Flex'it, la maglia flessibile brevettata da Fope che, grazie ad una particolare lavorazione con micromolle in oro 18 carati, garantisce elasticità e portabilità ai gioielli. La stessa maglia flessibile è protagonista degli orologi LadyFope: oggetti preziosi e pratici al tempo stesso, orologi ma contemporaneamente gioielli d'alta gamma.

Fope affronta il periodo natalizio forte di un anno andato molto bene. Pochi giorni fa, l'azienda orafa vicentina, guidata dalla famiglia Cazzola, ha festeggiato un anno di Borsa (si è quotata all'Aim il 30 novembre 2016). Il bilancio è positivo: «Il mercato ha dimostrato di credere e di apprezzare la nostra azienda e il fatturato è cresciuto ancora», spiega Giulia Cazzola, responsabile marketing, quarta generazione della famiglia fondatrice.

Il primo semestre 2017 si è chiuso per Fo-

pe con ricavi per 13,48 milioni di euro, in aumento del 22,2% rispetto agli 11,03 milioni ottenuti negli stessi mesi dello scorso anno. Il fatturato netto 2016 è stato di 23,1 milioni, in crescita del 10,3% rispetto ai 20,9 milioni del 2015. «I dati del secondo semestre – sottolinea Giulia Cazzola – mostrano percentuali ulteriori di crescita». In prospettiva, Fope continuerà a potenziare il brand sui mercati esteri, in particolare in Europa, dove è già forte, in Nord America, dove sta crescendo molto, e negli Emirati Arabi.

- K.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tris. I bracciali a maglia della collezione Prima

