

Tg2 > Direttore Gennaro Sangiuliano

HOME TG TUTTI I VIDEO **RUBRICHE** CHI SIAMO

6 Luglio 2021 ore 18:25 Ultima ora televideo: di Cavendish 17:19 I contagi sono 907, le vittime sono

Rubriche / **Costume e Società**

TG 2 Costume e Società del 02/06/2021

Durata: 00:14:15 | Andato in onda: 02/06/2021 | Visualizzazioni:

Facebook Mi piace 0 Tweet Share

RAI 2

TG2 COSTUME e SOCIETÀ

SERVIZIO DI **DANIELA COLUCCI**

02.06.2021

Tg2 > Direttore Gennaro Sangiuliano

HOME TG TUTTI I VIDEO **RUBRICHE** CHI SIAMO

6 Luglio 2021 ore 18:25 Ultima ora televideo: di Cavendish 17:19 I contagi sono 907, le vittime sono

Rubriche / **Costume e Società**

TG 2 Costume e Società del 02/06/2021

Durata: 00:14:15 | Andato in onda: 02/06/2021 | Visualizzazioni:

Facebook Mi piace 0 Tweet Share

Tg2 Piero Scandellari
PRESIDENTE CENTERGROSS BOLOGNA

1:03 / 2:12

L'INTERVISTA

PIERO SCANDELLARI NEL REGNO DEI BUYER

Il sistema moda ha nel **Centergross** di Bologna uno dei luoghi più avveniristici. Un milione di metri quadri con 400 brand che sfornano decine di collezioni ogni anno



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

086557

IL LUSO DEMOCRATICO

CENTERGROSS DI BOLOGNA CONSOLIDA
LA SUA LEADERSHIP NELLA MODA PRONTA
E ADESSO GUARDA AL MERCATO CINESE

di **Eva Desiderio**

Un modello di business unico, che dura e prolifica da 44 anni. Un vero 'Made in Italy', democratico e dai prezzi accessibili, che è quasi a chilometro zero o poco più perchè riesce a sfornare collezioni ogni settimana e quindi a 'stregare' i mercati. Il **Centergross** di Bologna, con sede a Funo di Argelato, estende su un milione di metri quadri la sua energia creativa e produttiva, con 400mila metri quadri di area espositiva, 100mila per uffici e servizi, con 680 attività delle quali 400 sono di brand di moda. Il presidente, Piero Scandellari, è stato eletto nel dicembre 2019, poco prima dell'inizio della pandemia.

Prima dell'incarico conosceva l'ambiente della moda pronta?

«Direi di no. Con l'azienda di famiglia, (la Sef Meccanotecnica, ndr) mi sono sempre occupato di meccanica anche se eravamo pure noi all'interno di questa immensa cittadella del fare. Poi sono stato eletto nel consiglio di amministrazione e al fianco della presidente Lucia Gazzotti, dapprima come vicepresidente, ho cominciato a capire l'immenso meccanismo produttivo. Ora da presidente per un triennio mi metto in discussione perchè amo le sfide e sono fortunato perchè col passaggio generazionale i miei figli mi permettono questa bella libertà».

Come affronta il mandato?

«Vi porto la mia esperienza di imprenditore, la mia voglia di internazionalizzare, di fargli fare un vero salto di qualità nel mondo».

C'è bisogno di aggregarsi?

«Dalla caduta del Muro di Berlino dall'Est Europa e dalla Russia sono sempre venuti in tanti a fare acquisti qui da noi. Adesso è giunta l'ora di andare noi all'estero, con missioni mirate, aggregandosi per avere sempre più forza e prestigio. Adesso gli imprenditori della moda pronta sono un esercito di 400 aziende divise, nel mondo globalizzato siamo dei microbi. Tutti insieme saremo molto attrattivi, speriamo negli aiuti del Governo, dell'Ice, delle ambasciate. Dobbiamo cominciare a lavorare in questa direzione da subito».

Quali obiettivi si pone?

«Sviluppare la comunicazione e l'immagine del **Centergross**. Co-



Piero Scandellari, di Sef Meccanotecnica, è il successore di Lucia Gazzotti al **Centergross**

municare e raccontare il bello di questo Made in Italy accessibile a tutti, puntare sulla trasformazione digitale anche dei processi operativi, far decollare l'immagine di questa città della moda alle porte di Bologna».

Quali sono i numeri del Centergross?

«Cinque miliardi di euro di fatturato per volume d'affari annuo. Export del 60 per cento dei prodotti. Gli addetti sono 6.000, il 60 per cento dei quali è costituito da donne. Le attività sono 680 in totale, suddivise in 400 della moda pronta, 98 sono aziende tessili e di accessori, 94 di commercio e alta tecnologia, 100 di fornitori e servizi. Se si pensa che tutto è cominciato poco più di quarant'anni fa si capisce come riunirsi tutti qui sia stata una scelta visionaria».

Qual è stato l'impatto del Covid?

«Abbiamo sofferto, ma le aziende della moda pronta sono riuscite a contenere le perdite, chi del 15 e chi del 30 per cento. Ma la scoperta più bella è stata quella del ritorno di interesse dei buyer italiani e stranieri che, con le grandi firme chiuse, sono tornati da noi apprezzandoci ancora di più».

Comunicazione, immagine e qualità nella sua ricetta di rinascita?

«Esattamente, perchè la qualità ormai si è molto innalzata, nei materiali e nelle tendenze. Qui non esiste più il fast fashion. Il nostro distretto è unico, autonomo, carico di voglia di primeggiare nel mondo grazie al coraggio dei nostri imprenditori».

Ci racconta l'evento di Palazzo Re Enzo Summer in Italy?



«È stato il nostro omaggio a Bologna. Abbiamo coinvolto Roberto Corbelli, presidente della Cna di Riccione che conosce bene i trend, abbiamo invitato 12 aziende che hanno presentato le loro creazioni in digitale per quattro giorni. È stato un modo per gridare l'importanza di Bologna come capitale della moda pronta. Il Comune ci sostiene. Del resto le statistiche e le indagini mirate ci dicono che i giovani della generazione Zero non vogliono più spendere tanti soldi per vestire. E noi offriamo prodotti per tutti».

I prossimi obiettivi?

«Guardiamo alla Cina dove c'è un miliardo e ottocentomila persone che amano il Made in Italy. Poi la sostenibilità, che con la qualità dei nostri prodotti saranno il faro per il futuro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IL **CENTERGROSS** SI PONE COME LABORATORIO
DI UN LUSSO SOSTENIBILE E ALLA PORTATA DI TUTTI
COSÌ LE INSEGNE AMATE DAI BUYER ORA VOLANO

IL POLO FASHION CHE RISCRIVE LA STORIA DELLO STILE

di **Eva Desiderio**

Non chiamatelo più Fast Fashion. Meglio, assolutamente meglio, Moda Pronta. Perché questa nuova accezione di un settore vitale e trainante per un Made In Italy democratico racconta il salto di qualità e anche le aspirazioni delle 400 aziende di moda che sono il cuore del **Centergross**. Un esercito laborioso, ricco di idee, pieno di imprenditori capaci e visionari che in poco più di quarant'anni sono riusciti a riscrivere la storia dello stile per tutti, lontano dagli eccessi spesso forzati del superlusso e vicina alla gente vera e alla più moderne tendenze. Specie ora, dopo un anno e mezzo di pandemia e di chiusure forzate si sente la voglia di moda, il desiderio di coccolarsi un po', di tornare a vestire per una cerimonia, una passeggiata o un aperitivo. E come sempre dopo le crisi sono i giovani e le donne a cavalcare la riscossa dello shopping. Giudiziosa e saggia come impongono le vie nuove dello stile.

Sempre più libere nell'espressione di sé, non più perse solo dietro ai loghi seppur nobilissimi, attente alla difesa dell'ambiente e della Natura perché la moda sostenibile non è solo un impegno ma una necessità morale e sociale. Tutto questo per spiegare come al **Centergross** si continuano a sfornare collezioni su collezioni, anche una alla settimana, per soddisfare un mercato che desidera tornare gioioso e positivo. Una forza che hanno sentito i tanti buyer che appena è stato possibile sono tornati a fare ordini come ai bei tempi pre-pandemia. Perché nei negozi c'è bisogno di poter trovare prodotti

in tendenza ma "giusti", di qualità ma non troppo cari, e preferibilmente italiani.

In questi ultimi mesi le grandi catene a prezzi stracciati hanno subito varie battute d'arresto, forse anche perché l'aria è cambiata, i giovani hanno interessi diversi da una sneaker o da una t-shirt firmatissima e spesso i loro desideri abbracciano più la tecnologia che una borsa o una minigonna. In questo nuovo spettro di sogni e di proposte ecco lo spazio per la moda pronta che ti permette di essere al passo con le tendenze in modo più leggero, e non solo per il portafoglio. Molti brand del **Centergross** in questi quattro lustri sono diventati brand, hanno lasciato l'anonimato di smisurate produzioni per moderne collezioni che sfilano, che si mostrano in lookbook curati ed in utilissimi video on lime. Perché cultura di prodotto è anche immagine e comunicazione, sedi moderne e tecnologicamente avanzate, studi stilistici pieni di creativi e investimenti sulla ricerca. Insomma, sono tante e tutte importanti le nuove sfide per il **Centergross** di Bologna, sempre più città internazionale di quella moda pronta, specie quella in maglia o in jeans, che in tanti ci invidiano.

E per un mese questo variegato universo del polo della moda bolognese è stato in programmazione in prime time su Fashion Tv. Il network della moda presente in Europa, Usa e Asia visibile in Italia su digitale terrestre e canale 489 di SKY HD, ha fatto da grancassa mediatica per l'evento 'Summer in Italy' realizzato nella suggestiva location di Palazzo Re Enzo, nel cuore della città capoluogo dell'Emilia Romagna.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

KNOW-HOW UNICI CHE HANNO CATTURATO L'ATTENZIONE
MEDIATICA E RAPPRESENTANO UN ESEMPIO PRODUTTIVO

MARCHI ITALIANI ALLA CONQUISTA DEL MONDO



di **Nicole Fouqué**

Si chiama 'see now buy now' e si legge qui e ora. Ed è in perfetta linea con la frenesia di questi - pazzi - tempi che non si sa mai, oggi sei in zona rossa e domani in bianca, le collezioni devono soddisfare l'indomani la voglia dell'oggi. Lo vedo e lo voglio ed è proprio su questo impellente desiderio di bellezza, di rinnovamento e di frenesia che si costruisce un sogno da indossare. Proprio per dar voce a chi ogni giorno lavora meticolosamente per essere il più veloce nell'offrire una risposta alla richiesta, Qn ha deciso di dedicare due inserti speciali a chi sul pronto moda investe quotidianamente. Farvi conoscere i volti e le storie che si nascondono dietro un marchio o una sigla, come nasce quel maglione e perché scegliere quel colore. Alle tante realtà vanto italiano di un segmento in costante crescita, alla filiera artigianale che ha ripreso a sperare, al rumore delle cucitrici, delle forbici che tagliano e dei camion che partono con un carico di novità.

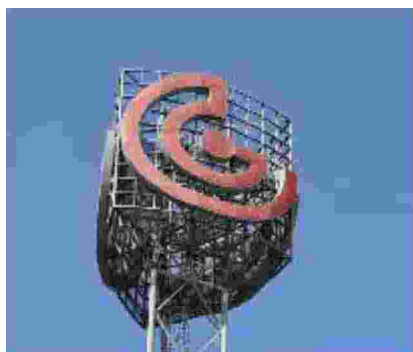
Nel cuore dell'Emilia, terra di artigiani e gente concreta, la moda viaggia sui binari dell'alta velocità ed, è proprio il caso di dirlo, pronta per essere indossata. Si perché la ricerca della felicità e del piacersi, passa anche da un capo e mai come in questo periodo storico può essere importante gratificare il proprio gusto con quel capo che interpreta perfettamente gli ultimi trend. È un pensiero veloce, significa essere costantemente aggiornati, occhi aperti e fiutare il vento delle tendenze per poter essere competitivi e presenti nel momento della scelta. Bologna vive di questo ed è cuore pulsante di un sistema volto a dare risposte. Una vera cittadella del fare: attraverso le nostre pagine potrete capire quante realtà nel corso degli anni hanno saputo costruire, mattone dopo mattone, la propria credibilità e il proprio know-how.

Chi ci ha creduto da subito pioniere di un segmento che veniva guardato con sospetto e che oggi, fatturato alla mano, ha avuto la miglior risposta, o chi ha deciso col tempo di buttarsi e iniziare a nuotare in questa corrente ascensionale di stile. Il pronto moda ha saputo conquistare e, cosa più importante, ha saputo imporsi con gusto e ricerca alzando sempre il proprio livello e dimostrando che aveva le carte in tavola per sedere al tavolo dei potenti senza abbassare lo sguardo. Quello sguardo che sa andare oltre e che non conosce confini, dalla certezza di un territorio che culla i sogni e che può vantare i migliori operatori del Made in Italy e dalla consapevolezza che Bologna è solo la partenza per un viaggio che porta lontano. E la realtà che ha preso forma alle porte del capoluogo felsineo ha attirato l'attenzione anche della Rai che nella rubrica Tg2 Costume&Società ha dedicato un servizio proprio al **Centergross** per sottolineare la sua vocazione al Made in Italy con la moda pronta di qualità realizzata nel grande polo della vocazione internazionale. **Centergross** è pronta a ripartire con grande forza e a conquistare mercati ancora inesplorati per fornire il frutto della creatività e del saper fare tutto italiano. Anche Qn vi accompagna nel cammino della rinascita del settore martoriato del tessile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.





OPERAZIONE IMMAGINE

'SUMMER IN ITALY' ACCAREZZA I SOGNI

'Summer in Italy' è stata una sfilata di anticipazioni delle tendenze Primavera/Estate 2021 e ha presentato l'eccellenza della moda pronta di qualità frutto delle idee e

della creatività 100% Made in Italy. **Centergross** e il Comune di Bologna hanno organizzato con aziende partecipanti, partner e sponsor per ripartire insieme nonostante il perdurare dell'emergenza sanitaria contribuendo così ad affermare l'importanza di uno dei distretti moda produttivi più strategici non solo per l'economia bolognese.





QUOTIDIANONAZIONALE

MAIORCA FOCOLAIO COVID COVID OGGI VACCINO CONTE GRILLO CALDO SALDI ESTIVI PAGELLE ITALIA TOUR DE FRANCE F1 MOTOGP

CRONACA ECONOMIA POLITICA ESTERI SPORT MOTORI **MAGAZINE MODA** SALUTE ITINERARI TECH ROMA NAPOLI



Home > Magazine > "Bologna Può Diventare Capitale..."

PIETRO SCANDELLARI, PRESIDENTE DEL **CENTERGROSS**

Publicato il 27 giugno 2021

"BOLOGNA PUÒ DIVENTARE CAPITALE DEL PRONTO MODA"

di NICOLE FOUQUÈ



POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



Torna (anche) l'isola della gelosia La tentazione delle coppie non-vip



di Nicole Fouquè

Bologna nuova capitale della moda anzi: del Pronto Moda. Il capoluogo emiliano sempre più roccaforte dell'artigianalità e di un settore in continua espansione alimentato ogni anno da centinaia di aziende. Progetti concreti da portare avanti, investimenti e eventi in primo piano come la sfilata in programma l'11 settembre nella scalinata del Pincio a Bologna. Anche per questo è stata istituita una Commissione Moda per dar voce alle tante realtà che vi operano. "Sono molto soddisfatto che la proposta lanciata da **Centergross** di fare di Bologna un'ulteriore tappa della moda italiana insieme a Milano, Firenze e Roma, forte di uno straordinario polo del fashion per il Pronto Moda in Italia, stia raccogliendo i consensi da parte di altre istituzioni e imprenditori che si sono espressi favorevolmente in questi giorni – afferma Piero Scandellari, presidente di **Centergross** –. **Centergross** è il naturale capofila di un progetto che punta a istituzionalizzare Bologna all'interno dello scacchiere del fashion nazionale e internazionale perché rappresenta oltre 300 eccellenze del Pronto Moda con un fatturato aggregato di oltre 3 miliardi. **Centergross** – continua Scandellari – rappresenta per Bologna un polo importantissimo sia per quanto riguarda l'occupazione, per il business e l'indotto, e quarto ma non ultimo, per il contributo e il valore che genera per il Made in Italy. Infatti, le aziende moda di **Centergross** hanno portato i loro prodotti in numerosissimi paesi stranieri e migliaia di buyer sono arrivati qui a Bologna per comprare il nostro prodotto. Ora abbiamo un'ulteriore sfida: fare di Bologna un polo internazionale della Moda Pronta ma, allo stesso tempo, promuovere **Centergross** attraverso un progetto di internazionalizzazione affinché tutti i brand che qui operano e lavorano possano conquistare nuovi mercati".

Progetti e sogni ambiziosi ma con radici profonde. "La posta in palio è molto alta – sottolinea il presidente – parliamo di quasi due miliardi di potenziali consumatori interessati al Pronto Moda Made in Italy e questo ci deve convincere della bontà del nostro progetto. Lo faremo attraverso la partecipazione a fiere internazionali e investendo sull'innovazione tecnologica e la trasformazione digitale su cui **Centergross** sta puntando con assoluta convinzione. E lo faremo anche accendendo i riflettori degli eventi a Bologna: l'11 settembre rinnoveremo l'appuntamento con la sfilata al Pincio per presentare un'anticipazione delle collezioni autunno-inverno

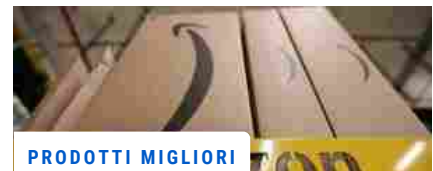
"Il mio mondo a scatti, il colore vince sempre"



MAGAZINE

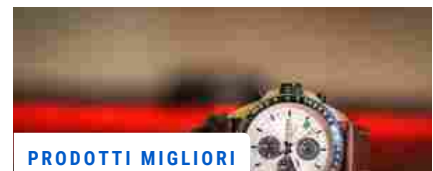
Maneskin da record Nella Top ten inglese con due brani

PRODOTTI MIGLIORI



PRODOTTI MIGLIORI

Amazon Warehouse: sconti fino al 30%



PRODOTTI MIGLIORI

Orologi per ogni occasione



PRODOTTI MIGLIORI

Pronti per le vacanze? Ecco i migliori accessori da viaggio

2021-22; questa sarà un'ulteriore occasione per consacrare l'importanza di Bologna e delle aziende di **Centergross** che qui opera da oltre 40 anni e che, mai come adesso, in cui la ripartenza ci obbliga a nuove strategie e nuove sfide, ha tutte le carte in regola per guardare al futuro prossimo con grande ottimismo. **Centergross** – conclude Scandellari – vuol dire know-how, qualità, sostenibilità, ricerca, creatività, propositività veloce per dare al mercato prodotti di tendenza oggi più che mai ricercati".

© Riproduzione riservata



Robin Srl

Società soggetta a direzione e coordinamento di **Monrif**

[Dati societari](#) [ISSN](#) [Privacy](#) [Impostazioni privacy](#)

Copyright© 2021 - P.Iva 12741650159

CATEGORIE

Contatti

Lavora con noi

Concorsi

ABBONAMENTI

Digitale

Cartaceo

Offerte promozionali

PUBBLICITÀ

Speed ADV

Network

Annunci

Aste E Gare

Codici Sconto