

L'obiettivo di Giesse è aprire 40 monomarca Da Treviso a Lecce

All'inizio del 2010 l'azienda veneta inaugurerà altri nove punti vendita che avranno come fiore all'occhiello il marchio di moda Manai

Giesse punta a creare un'ampia catena retail per incrementare le proprie vendite. L'azienda trevigiana, specializzata nella produzione e commercializzazione di abbigliamento bambino a marchio Manai, ha già dato vita a sette punti vendita, dal Lido di Jesolo e Policoro, in Basilicata, passando per Rezzato, Manerbio e Gardone Valtrompia nel Bresciano, Cattolica e, nei giorni scorsi, Castelfranco Veneto.

L'azienda veneta vuole avere operativi entro il 2010 una quarantina di monomarca, in modo tale da essere capillarmente presente in tutta la penisola grazie anche ai plurimarca, all'ampliamento della gamma produttiva e allo sviluppo e all'integrazione del marchio Manai, rivolto ai bambini fino ai 14 anni. «Per Manai è giunto il momento - afferma Roberto Barbon, sales

manager dell'azienda di Maserada sul Piave - di espandersi, di diventare uno dei protagonisti della moda dell'infanzia. Riteniamo di avere un prodotto con un ottimo rapporto qualità-prezzo, con un design fashion accattivante e vogliamo stabilire con mamme e bambini un rapporto di fiducia. A gennaio daremo vita ad altri nove punti vendita targati Manai a Roma, Milano, Lecce, Bari, Afragola, Altamura, Matera e altre città. Successivamente, diciamo entro giugno 2010, un'altra decina tra Veneto, Piemonte, Emilia e Toscana».

L'obiettivo aziendale è aumentare il fatturato del 15-20% per poi guardare anche all'estero. Giesse ha anche dato vita a un altro programma retail, rivolto ai corner, all'interno di grandi magazzini, tra cui i punti vendita Coin.

