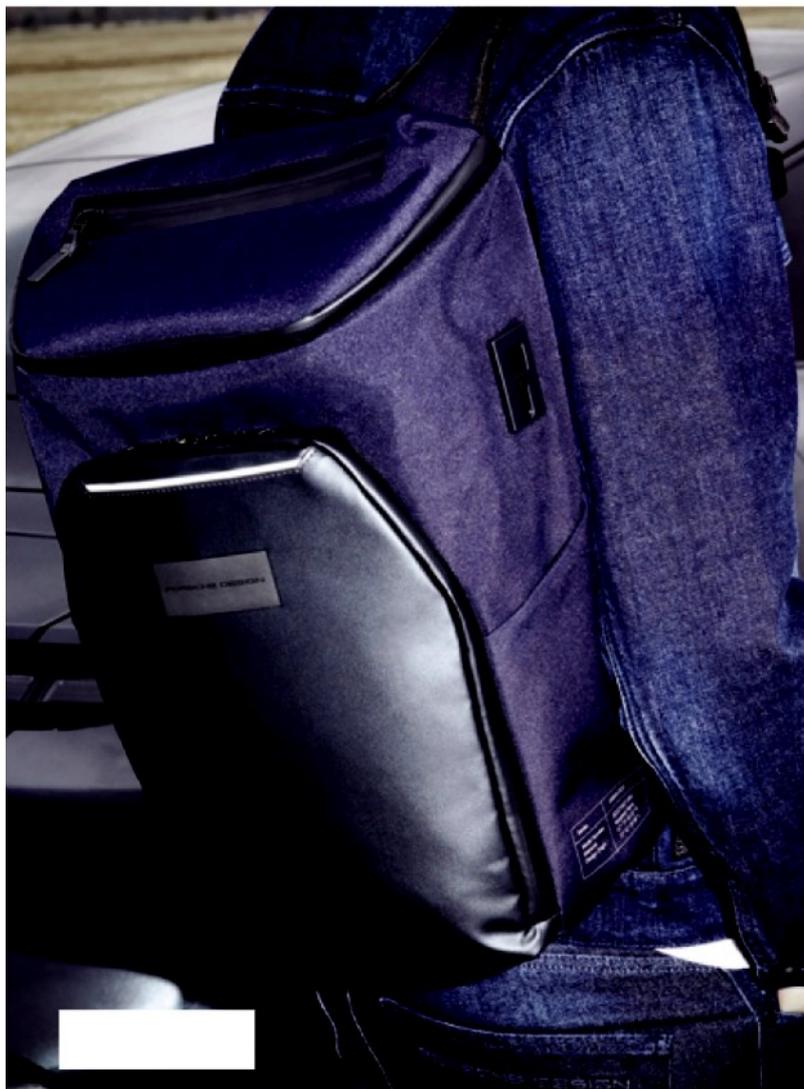


Bric's

Viaggiare green Un traguardo per la valigeria d'alta gamma

Nylon riciclato, meno plastica nel packaging nelle collezioni X-Bag e X-Travel e una sfida. Nel 2022 l'80% dei nuovi prodotti sarà eco C'è entusiasmo per la ripresa del mercato Usa



La sfida della sostenibilità, la ripresa dei mercati e delle fiere, la collaborazione con altri marchi. Viaggia su questi binari l'autunno di Bric's, la storica azienda di Olgiate Comasco simbolo del Made in Italy nell'ambito della valigeria. Dopo aver scontato il blocco dei viaggi imposto dalla pandemia, ora il presidente **Roberto Briccola** guarda al futuro con ottimismo.

«Attuare cambiamenti per prenderci cura del pianeta è diventato un punto fisso nella produzione Bric's. Abbiamo riprogettato le collezioni X-Bag e X-Travel ripensando il materiale con cui sono prodotte, i filati utilizzati per il nylon sono riciclati ed eco-sostenibili, l'uso della plastica per il packaging è ridotto». L'azienda ha un traguardo chiaro all'orizzonte: «Nel 2022 l'80 per cento dei nuovi prodotti sarà "green"».

Dopo l'estate **Briccola** ha partecipato alla ILM di Offenbach, importante fiera internazionale dedicata alla pelletteria. «Il mondo fieristico è ripartito, si poteva toccare con mano la ripresa anche se il numero di espositori e visitatori non sono ancora ai livelli pre-Covid. Lì abbiamo avuto molto successo con la collezione Porsche Design by Bric's: i prodotti realizzati con la grande casa automobilistica sono piaciuti, anche per la piccola pelletteria e i portachiavi».

La collaborazione virtuosa tra Bric's e Porsche ha fatto rumore ed è stata lodata dalla direzione della fiera. La sinergia tra grandi aziende sarà sempre più determinante. «A settembre in occasione della fiera Lineapple abbiamo organizzato l'evento Mipel Lab con Asso-pelletterieri: l'obiettivo è mettere in contatto i laboratori della pelletteria con altri grandi marchi, per favorire collaborazioni e rilanciare il Made in Italy all'insegna dell'alta qualità».

Collaborare, chiarisce **Briccola**, non significa lavorare per conto terzi. «Si tratta di sedere a un tavolo insieme a grandi designer e stilisti per progettare insieme i prodotti. L'estro creativo incontra l'esperienza dei tecnici Bric's per creare i prodotti: l'esperienza con Porsche insegna».

Il tema delle sinergie porta a parlare dell'ambito B2B. «La flessibilità della produzione Bric's si presta a soddisfare le esigenze di altre aziende, che vanno dal corporate gifting a produzioni personalizzate e ad articoli promozionali d'alta gamma. Produciamo articoli ad hoc, lavorando a stretto contatto col cliente».

Tra i nuovi progetti c'è anche la collaborazione con il Calcio Como, di cui Bric's è Official Supporter: alla squadra verranno forniti prodotti della collezione X-Travel nel colore blu oceano, in sintonia con i colori societari.

«Per il resto - conclude **Briccola** - siamo entusiasti per la ripresa del mercato americano, ci sta aiutando moltissimo. Oltreoceano la mancanza dei turisti si paga meno, perché gli spostamenti interni sono molto vivaci. La parola d'ordine anche per noi è resilienza: siamo in attesa della vera ripresa, ma arriverà presto e ci stiamo già preparando».

Luca Meneghel

NELLE FOTO

Zaino Porsche Design, collezione Urban Eco, in nylon riciclato.

A destra: La collezione Life sulle rive del Lago di Como, nell'iconico color oliva e nel grigio come proposta FW.

Sustainable travelling, an achievement for the high-end leather goods industry

The sustainability challenge, the recovery of markets, a return to exhibitions and partnerships with other brands. These are the leitmotifs of the fall collection unveiled by Bric's, the company based in Olgiate Comasco (Como) which has always been the icon of the made-in-Italy leather goods industry. With the end of all the travel bans previously imposed by the pandemic, CEO **Roberto Briccola** is now looking to the future with optimism. 'Introducing changes to take care of our planet has been a priority for us throughout Bric's' manufacturing history. We have redesigned the X-Bag and X-Travel collections by rethinking the materials used. Now we employ recycled sustainable yarns for nylon fabric and have considerably reduced the amount of plastic packaging.' The firm has set itself a clear goal: 'By 2022, 80% of our new products will be "green". After the summer holidays, **Briccola** attended the ILM, an international leather goods fair held in Offenbach. The world of exhibitions has made a new start. During this event, the recovery of the sector was tangible, even though the number of exhibitors and visitors cannot compare with the pre-pandemic turnout. On that occasion, the Porsche Design by Bric's collection enjoyed great success: all the items designed in partnership with this well-known car manufacturer - including small leather goods and keychains - were greatly appreciated.' This fruitful collaboration has left its mark and was praised by the management of the exhibition. The synergy among large companies is destined to play an increasingly pivotal role in the long run. 'In September, on

the occasion of Lineapelle, we organized the Mipel Lab event with Assopelleletteri. Our goal is to put the leather industry and its workshops in touch with a number of major brands, so as to foster partnerships and relaunch the "Made in Italy" concept under the banner of high quality.' As **Briccola** points out, cooperating does not mean working on behalf of third parties. 'It is about sitting at a table together with top designers and stylists to develop new projects. The creative flair meets the expertise shown by Bric's specialists to give life to new ideas: there is indeed much to be learnt from this experience with Porsche.' The synergy issue is of course highly relevant when it comes to the B2B sector. 'The flexibility of Bric's production system lends itself to meeting the requests of other businesses, which range from corporate gifting to customizable items and top-notch promotional gadgets. We manufacture ad hoc articles, working in close contact with our customers.' Among the new projects Bric's has in store there is also a partnership with Calcio Como, of which the brand is already the Official Supporter. The team will be provided with items from the X-Travel collection in the Ocean Blue shade, which matches the iconic colour of the football club. 'All in all,' concludes **Briccola**, 'we are enthusiastic about the recovery of the American market: it is helping us a lot. The absence of tourists has a limited impact overseas, since domestic tourism is very lively. Our watchword is resilience: we are waiting for full recovery, but we know it will not take long and we are getting ready for it.'

Translation by Raissa Ghioldi



Bric's Store - www.brics.it
Piazza Pietro Perretta, 7, 22100 Como
Via Roma, 72 Olgiate Comasco
Social IG @bricsmilano - FB @bricsitalia

