

Almala, la borsa di successo nata a Costa Volpino

written by Redazione
18 Dicembre 2013



Tre mamme, novemila euro in tasca, un'idea e tanta iniziativa. Possono bastare per creare un'impresa di successo? Sì, stando alla storia di Alessandra Vitali, Mariavittoria Pasotti e Laura Bartoli, tre mamme poco più che

quarantenni. Grandissime appassionate di moda, spinte dalla passione e dal desiderio di trovare qualcosa di unico, femminile e raffinato per se stesse e le loro amiche, quasi per gioco nel 2009, a Costa Volpino, hanno dato vita a Almala, un progetto che oggi è un brand di successo venduto e conosciuto in tutta Italia e in diversi Paesi del mondo.

Una storia positiva in mezzo a tante notizie drammatiche. Ed è bello raccontarla perché testimonia che in un momento difficile come questo anche piccole realtà nate per una passione possono stare a galla e funzionare.

«Circa 5 anni fa siamo andate in Toscana per visitare dei piccoli artigiani della pelle - racconta Mariavittoria -. Avevamo in mente l'idea di realizzare una borsa solo per noi. Non avevamo nessun background, solo uno schizzo, disegnato in fretta alle sette di sera, e un capitale da investire di novemila euro, tremila per una. Abbiamo fatto realizzare cinque pezzi solo per noi e poi siamo diventate le testimonial di noi stesse: abbiamo proposto le nostre borse porta a porta».

Le tre giovani donne si sono divise per zone. Ciascuna con i propri campioni si è presentata alle amiche prima e poi ai negozi più prestigiosi. La borsa è piaciuta e con il tam tam è iniziata subito la richiesta. E che richiesta!

Nella prima stagione la loro BB Bag (per esteso, bracelets bag) ha venduto più di seimila pezzi solo con il passa parola. Un consenso incredibile che ha posizionato il marchio nei migliori negozi italiani e anche all'estero.

Le borse e gli accessori Almala sono venduti in 150 punti vendita in tutta Italia e da qualche tempo anche in Svizzera, Giappone, Corea, Canarie, Saint Tropez e addirittura New York.

«I nostri prodotti - dice Mariavittoria - sono realizzati da artigiani toscani di nicchia che lavorano anche per grandi nomi della moda. Nascono dalla materia prima che abbiamo in mano. Scegliamo pellami e tessuti di alta qualità di origine italiana, facciamo gli schizzi e poi li diamo agli artigiani. Mentre i manici delle borse e i bijoux in acetato sono lavorati con la tecnica laser nella Bergamasca».

Un successo tutto Made in Italy, insomma, frutto di una combinazione di elementi vincenti: qualità, passione, tenacia e tanto lavoro.

«Credo che il segreto del successo delle nostre creazioni sia la ricerca continua, di idee e di materiali - spiega l'imprenditrice -. Tutti i giorni cerchiamo ispirazioni per proporre oggetti nuovi. Viaggiamo moltissimo, visitiamo le fiere italiane e estere per trovare piccoli dettagli da aggiungere. Ogni mese e mezzo introduciamo nella collezione prodotti nuovi per dare una risposta al pronto moda. Sempre pensando all'utilità; le nostre borse si possono portare sia di giorno che di sera, sono leggere e pratiche».

Almala ora si è trasferita nella nuova sede di Brescia ed è un'impresa a cui fanno capo due dipendenti e una discreta rete di rappresentanti.

Le titolari sono stanche ma soddisfatte e hanno tutta l'intenzione di difendere il loro successo.

«Nella moda ci sono fenomeni che durano due/tre stagioni - dicono - noi non vogliamo essere meteore. Il nostro prodotto ha ancora tanta strada da fare. Non puntiamo a fare grossissimi numeri - aggiungono - perché non vogliamo inflazionarci e perché per farlo dovremmo appoggiarci a produzioni estere. Abbiamo l'ambizione di crescere piano piano sviluppando una rete commerciale». Alessandra e MariaVittoria sono state contattate da altri brand molto noti per collaborare con loro ma hanno sempre rifiutato. «Siamo gelose della nostra produzione e non vogliamo disperdere energie - spiegano -. La nostra forza è reinvestire il capitale in modo da poter viaggiare con le nostre gambe».

Anche per loro, come capita spesso il successo è venuto da fuori città.

Dice Mariavittoria: «Abbiamo una vendita molto forte nel centro Italia, in particolare nel Lazio e a Roma dove abbiamo degli agenti bravissimi. Pochi giorni fa ero in un negozio di Brescia e, non vista, ho ascoltato una conversazione tra il gestore e una cliente: parlavano di noi. Dicevano: "Sono state fortunate!"; ho sorriso».