

Il made in Italy nel mondo

Bilancio positivo per l'azienda toscana che celebrerà quest'anno i 10 anni di attività. AP Italian Luxury, attiva nel commercio all'ingrosso B2B per il settore fashion di alta gamma, offre ai rivenditori internazionali un servizio multidisciplinare. Facciamo il punto con i titolari Alessandra Perani e Stefano Brasini

L'industria della moda italiana è in costante evoluzione, affrontando le sfide e sfruttando le opportunità emergenti nei settori fast fashion e luxury fashion. Nel 2024, questi due segmenti, nonostante le loro profonde differenze, continuano a svolgere un ruolo fondamentale nell'economia della moda italiana, confermando l'immagine del Belpaese nel resto del mondo come centro di innovazione ed eleganza. Il settore del luxury fashion italiano è da sempre una rappresentazione dell'eccellenza, una dimostrazione di artigianalità superba e una storia di innovazione che non ha eguali.

Ed è proprio in questo ambito che emerge AP Italian Luxury, fondata nel 2013 con grande passione ed entusiasmo dall'imprenditrice bergamasca Alessandra Perani, animata da una forte passione per i capi firmati dopo una consolidata esperienza commerciale, e dall'imprenditore senese Stefano Brasini, che ha alle spalle una grande capacità manageriale. Entrambi spinti dall'intento di commercializzare in tutto il mondo i più importanti brand di moda del lusso italiano, sono passati dal ruolo di buyer di moda per clienti esteri a grossisti. In poco tempo AP Italian Luxury si è espansa per fornire clienti in oltre 90 paesi nel mondo e rispondere, con una completa selezione di servizi, alle richieste internazionali più esigenti, sia

Stefano Brasini e Alessandra Perani alla guida della AP Italian Luxury ha sede a Torrita di Siena (Si) - www.apitalianluxury.com



offline che online.

L'azienda, inoltre, offre ai rivenditori di tutto il mondo un servizio multidisciplinare per l'acquisto all'ingrosso. «I nostri accordi commerciali - afferma Alessandra Perani - ci consentono di fornire un'ampia varietà di prodotti dei migliori brand. Il nostro metodo di lavoro si basa principalmente sui valori della passione per la trasparenza e per la qualità».

Come vi siete evoluti nel corso degli anni?

STEFANO BRASINI: «Inizialmente operavamo selezionando e comprando per i clienti esteri come buyer in outsourcing nel settore moda e fashion. Successivamente ci siamo strutturati come wholesaler B2B commercializzando i più importanti marchi e focalizzandoci sui close out e sulle over production. Negli anni abbiamo poi introdotto la cosmesi e gli occhiali. Oggi abbiamo tre divisioni: Fashion, Cosmetics & Parfumes e Eyewear».

Quale obiettivo vi anima?

ALESSANDRA PERANI: «Il nostro obiettivo è da sempre mettere a disposizione il massimo della competenza in fatto di buying. Sulla base della definizione della clientela target del retailer, selezioniamo le proposte esistenti sul mercato al fine di creare un portfolio di brand e definire gruppi equilibrati di prodotti. Grazie al nostro networking e alle relazioni dirette ed esclusive con aziende leader e luxury brand, offriamo assistenza a gruppi, catene e negozi con un servizio che include ricerca, monitoraggio, selezione, negoziazione e follow up. AP Italian Luxury opera in partnership con i principali brand per lo sviluppo strategico dell'export nei mercati internazionali. In particolare, siamo esperti nel fornire servizi di supporto all'inserimento commerciale specifici per i brand, nei paesi concordati e pianificati preventivamente. Questo permette ai marchi di trovare e selezionare i retailer e gli operatori di settore più a target con i quali AP Italian Luxury intrattiene rapporti».

A quale clientela vi rivolgete?

A.P.: «Grandi catene di negozi, outlet e piattaforme e-commerce. La parte più significativa del nostro fatturato viene dai mercati esteri. Cerchiamo sempre di ampliare e diversificare la nostra clientela. Spaziamo tra vari mercati, da quelli che offrono grandi opportunità a quelli più di nicchia dove l'opportunità va creata».

Quali servizi offrite?

S.B.: «L'azienda nasce per fornire assistenza professionale specializzata alla clientela, il nostro team offre una gamma di servizi professionali per operatori retail e online. L'alta e selettiva domanda ci dà l'op-



IL MASSIMO DELLA COMPETENZA

Sulla base della definizione della clientela target del retailer, selezioniamo le proposte esistenti sul mercato al fine di creare un portfolio di brand e definire gruppi equilibrati di prodotti

portunità di proporre una vasta gamma di servizi B2B esclusivi, che vanno dal monitoraggio degli stock dei brand di lusso di fascia medio-alta nel mercato dell'abbigliamento, delle calzature, dell'eyewear e della cosmetica & perfumes (inclusi gli stock di sovrapproduzione e di fine stagione); a un servizio esclusivo di ricerca merce basato sulle wishlist del cliente; servizio di supporto all'inserimento commerciale dedicato ai marchi che desiderano entrare in nuovi mercati; fino a un product management, dai primi sketches al prodotto finale. Ci occupiamo anche di ispezione e

controllo qualità prima della spedizione della merce; imballaggio specifico su richiesta (fornito dal cliente) e assistenza tecnica per le pratiche di esportazione nei vari paesi».

Per il quarto anno consecutivo AP Italian Luxury è nella classifica dei Leader della Crescita realizzata da Il Sole 24 Ore e da Statistica: a cosa attribuite il brillante risultato ottenuto negli anni?

S.B.: «Essere "Leader della Crescita" è un importante riconoscimento del grande lavoro fatto in anni di attività che ci riempie di soddisfazione e di orgoglio. Non vuole

I riconoscimenti

Grazie al suo virtuoso percorso di crescita AP Italian Luxury è emersa tra le aziende di settore e non sono mancati importanti riconoscimenti da parte della stampa internazionale. Il 2023 ha visto il riconoscimento di istituzioni e della stampa specializzata nel settore: Premiato dalla Camera di commercio di Siena - Arezzo Premio fedeltà al lavoro e Sviluppo Economico - categoria internazionalizzazione piazzandosi al secondo posto tra le 5 imprese del territorio premiate.

Campione della Crescita La Repubblica Affari e Finanza 2024 - 89esimo posto su 800 imprese italiane (terzo anno consecutivo). Leader della Crescita 2024 - Il Sole 24 Ore - 121esimo posto su 500 imprese italiane (quarto anno consecutivo).

dire solamente possedere buone capacità imprenditoriali, ma significa anche e soprattutto impegnarsi ogni giorno nella ricerca di nuove opportunità di sviluppo. In questi ultimi anni la nostra azienda ha vissuto un vero e proprio percorso di crescita verticale su più fronti. Si tratta di una crescita non solo in termini di fatturato, ma anche e soprattutto di un percorso dal punto di vista organizzativo e di posizionamento. Siamo passati dall'essere una piccola azienda nata da un'idea innovativa alla realtà dinamica che oggi siamo. Il fatto poi che AP riesca ad avere clienti sempre più grandi, che il personale sia cresciuto in maniera esponenziale e che la nostra realtà sia riuscita a strutturarsi di conseguenza è davvero un risultato importante. Abbiamo ampliato il personale da 4 dipendenti nel 2018 a 18 dipendenti nel 2022. Un risultato possibile grazie a un approccio customer centric e allo sviluppo di un network capillare di personale qualificato che ha lavorato con professionalità, resilienza e passione. Al centro degli obiettivi raggiunti c'è ovviamente anche la fiducia che i professionisti e le aziende clienti hanno riposto nel nostro progetto aziendale. È stata una grandissima soddisfazione emergere in anni non semplici, dove grandi cambiamenti sono in atto in maniera più veloce e dinamica. Per il quarto anno consecutivo siamo in questa classifica tra le aziende che crescono di più in Italia. Un traguardo che è per noi motivo di grande soddisfazione e una conferma della validità di questa società. AP Italian Luxury ha un'organizzazione pronta a guardare ai prossimi anni con una prospettiva ancora più ampia di quella attuale. Questo riconoscimento identifica l'azienda come una tra le più dinamiche e innovative realtà italiane. Siamo sicuri che le strategie di sviluppo dei prossimi anni contribuiranno a migliorare la qualità del nostro lavoro».

Siete molto attivi anche in ambito di sostenibilità ambientale. Quali sono i vostri impegni in tale direzione?

A.P.: «Essere sostenibili è parte della nostra



LEADER DELLA CRESCITA

Non vuol dire solamente possedere buone capacità imprenditoriali, ma significa anche e soprattutto impegnarsi ogni giorno nella ricerca di nuove opportunità di sviluppo

mission. La scelta di adottare politiche sostenibili anche nella vita quotidiana d'ufficio, è legata alla crescente importanza che tutti quanti in AP Italian Luxury attribuiamo alla sostenibilità, anche e soprattutto come impegno verso la tutela dell'ambiente. Già da tempo ci siamo messi dalla parte dell'ambiente, impegnandoci in primis sulla riduzione dell'utilizzo della plastica. Abbiamo avviato un progetto nel 2022, impegnando l'azienda nella riduzione dell'utilizzo della plastica. Un programma per la riduzione del consumo di plastica, eliminando quella monouso dalla mensa aziendale, dai distributori automatici, con bicchieri di carta 100 per cento riciclati e riciclabili, sostituendola con materiali più

sostenibili. Inoltre, l'inserimento di un erogatore d'acqua minerale microfiltrata è a beneficio di tutti i dipendenti e visitatori. Per ridurre ulteriormente l'impronta ambientale in termini di plastic footprint, AP Italian Luxury ha regalato a ogni dipendente una borraccia personalizzata con logo aziendale riutilizzabile in acciaio. Grandissimo è anche il nostro amore per gli animali, come si vede nel progetto Pet Friendly: attraverso un percorso di sensibilizzazione, AP Italian Luxury agevola i propri dipendenti proprietari di animali domestici dando loro la possibilità di portarli con sé al lavoro, evitando di lasciarli a casa da soli. Secondo una ricerca effettuata dal Waltham Centre for Pet Nutrition,

il centro di ricerca di Mars Petcare, la presenza dei pet in ufficio riduce lo stress nel corso della giornata, favorisce la creazione di legami fra colleghi e aumenta la produttività lavorativa, così da influire positivamente sul clima lavorativo. Questa misura, assieme alla partnership con importanti associazioni del settore, è uno degli impegni sociali che l'azienda sostiene».

Come si è chiuso il 2023?

S.B.: «AP Italian Luxury di Morpheus Advisor ha confermato un 2023 in crescita rispetto ai trend di mercato. L'azienda ha registrato ricavi per 13.733.207 milioni, +28 per cento rispetto al 2022, confermandosi una delle Pmi leader italiane sull'export. Il fatturato, infatti, è stato generato per il 99,3 per cento all'estero, di cui il 94,2 per cento in mercati extra Ue. Nel corso del 2023, oltre a consolidare mercati e clienti, abbiamo intrapreso rapporti con alcuni brand per la distribuzione retail in esclusiva per alcuni paesi. Importante anche la crescita per il comparto del corporation luxury gift, accordi di fornitura in esclusiva siglati con alcune big company e luxury charter per la fornitura di luxury gift. Il 2023 ha segnato, inoltre, anche l'acquisizione di una nuova area che si estende per 5600 mq, che ospiterà il nuovo headquarter con nuovi uffici, showroom, sale meeting e un magazzino verticale con area dedicata al controllo qualità. La nuova sede progettata dallo Studio Bossini Senesi e da CONMA Design punta a essere una struttura a impatto climatico zero e sarà realizzata con le più moderne tecnologie in tema di energia rinnovabile ed efficientamento energetico con l'utilizzo di materiali rinnovabili per la produzione».

Obiettivi per il 2024?

A.P.: «Tra gli obiettivi della società c'è quello di consolidare la crescita mantenendo il modello qualitativo di servizi offerti, implementando nuove aree di customer satisfaction, arricchire il network di distribuzione nelle aree più remote e l'offerta distributiva con l'ingresso di nuovi brand da distribuire, migliorando il welfare aziendale e le aree Esg».

• **Cristiana Golfarelli**



Le certificazioni

Nel corso del 2023 AP Italian Luxury ha ottenuto numerose certificazioni: la certificazione Happy Index At Work 2023, per un'azienda che punta molto sul welfare aziendale, dimostra come la motivazione dei collaboratori e il continuo miglioramento dell'esperienza all'interno dell'azienda siano valori fondamentali e costantemente al centro della crescita aziendale. Inoltre, ha ottenuto le prestigiose certificazioni Fda per gli Stati Uniti e la Certificazione Fta Korea free trade agreement».