

Kraler cresce del 20% e lancia il suo brand

A Cortina e Dobbiaco capi e accessori di alto artigianato made in Italy con il marchio FK1902

di Marta Casadei

«Non bisogna aver paura di investire in Italia. Noi continuiamo a farlo. Il restyling della boutique di Cortina d'Ampezzo, che ha appena compiuto 10 anni, ne è un esempio: ci è costata soldi e fatica, ma siamo sicuri ne sia valsa la pena». Daniela Kraler, insieme al marito Franz titolare delle boutique Franz Kraler di Dobbiaco e di Cortina d'Ampezzo - 30 milioni di fatturato annuo consolidato e vendite 2013 in crescita del 20% sull'anno precedente - parla di rischi e lo fa con positività. Il 7 dicembre scorso è stato riaperto il punto vendita nella località bellunese, inaugurato nel 2004 e ripensato nei suoi 400 metri quadrati come uno spazio espositivo d'impatto.

Nuovo design e nuovi brand: «Abbiamo inserito anche la collezione di abbigliamento e di accessori donna di Prada per completare la nostra offerta - dice Daniela Kraler - e abbiamo rafforzato il nostro legame con l'azienda milanese». Il multimarca punta come da tradizione su una selezione ricercata di marchi di lusso: Valentino, Bottega Veneta, Céline, Stella McCartney, Fendi. «Nei nostri due negozi offriamo prodotti di altissima gamma: una scelta che ha sempre dato risultati positivi, anche nei momenti di crisi generale».

La selezione riscuote successo sia tra la clientela italiana sia tra quella internazionale: «il 50% dei nostri clienti è straniero - conferma -; vengono da Austria, Germania, Svizzera, Francia, Russia. Nel negozio di Cortina vengono anche alcuni acquirenti mediorien-



Turisti. Da Natale a febbraio e poi in agosto il picco degli stranieri che sono il 50% della clientela

tali: un target cui vorremmo puntare in futuro anche per il punto vendita di Dobbiaco organizzando visite ad hoc e fornendo loro anche ospitalità di alto livello».

In termini di vendite il negozio di Cortina registra variazioni che dipendono dai flussi turistici, con picchi da Natale a febbraio e nel mese di agosto, mentre la boutique Franz Kraler di Dobbiaco ha un andamento più costante: «C'è un sostanziale equilibrio tra le vendite di prodotti da uomo e da donna: gli uomini sono sempre più attenti allo stile, ai dettagli. E ci danno soddisfazioni sempre maggiori, così come vanno molto bene le vendite di accessori». Forti dell'incremento del sell out, Daniela e Franz Kraler hanno aumentato anche i budget di acquisto delle collezioni AI 2014/15: «Saremo a Firenze, Milano e Parigi - conferma la titolare - con la voglia di scoprire prodotti e marchi sempre nuovi. E con un'attenzione particolare rivolta ai giovani: siamo stati tra i primi a sostene-

re Fausto Puglisi e Stella Jean, per esempio, e vogliamo continuare così».

Tra le proposte delle boutique Franz Kraler non ci sono solo marchi noti a livello internazionale: «Il nostro obiettivo è quello di offrire ai nostri clienti prodotti unici, di qualità. Per questo abbiamo creato il marchio FK1902 che riflette la nostra voglia di promuovere l'artigianato italiano». I capi e gli accessori FK1902 spaziano dai cappotti in loden sia da uomo sia da donna, il cui prezzo medio è 500 euro, alle borse in piumino leggerissimo, una delle quali è stata creata in limited edition per i 10 anni della boutique di Cortina: «Inizialmente era una scommessa, ma ci sta dando ottimi risultati e, per questo motivo stiamo pensando di svilupparla in modo più strutturato». Tra i progetti in cantiere anche il lancio dell'e-commerce di Franz Kraler: «Uno strumento oggi fondamentale».