



I mercati

# Franco Giorgio, la sfida made in Sud

SUSANNA PAPARATTI, ROMA

Nel 2012 ha creato il marchio F\*\*K, specializzato in abbigliamento beachwear donna, uomo e bambini: "Produciamo tutto ad Andria"

**U**n team giovane e dinamico di 80 unità, una produzione made in Sud, precisamente in quel di Andria e la certezza, dimostrata dai fatti, di potersi confrontare con un mercato che sempre più delocalizza, rimanendo ancorati alla propria terra: «Per competere l'unico modo è gestire direttamente al proprio interno buona parte della produzione – spiega Franco Giorgio, titolare e ad della Giorgio srl che nel 2012 ha dato vita alla F\*\*K (che, come dice il sito, si legge *never give up*) brand specializzato in abbigliamento beachwear donna, uomo e bambini – prima di quella data confezionavamo e distribuivamo conto terzi, esclusivamente nei canali all'ingrosso». Poi la crisi del settore e l'ipotesi di dover mandare a casa il personale – tante erano all'epoca – sino all'idea di rischiare e creare un marchio proprio con una distribuzione indirizzata al dettaglio che offrisse capi in-

novativi, cura dei particolari e, soprattutto, un prezzo accessibile pur inserito in una fascia di mercato medio alta. Presentata in occasione del White Milano nel 2012 la prima collezione F\*\*K, allora solo donna, riscuote subito il consenso degli addetti ai lavori, ampliando successivamente alle linee Uomo e Junior.

Oggi nello stabilimento di circa 6.000 mq, dove ogni elemento

viene ideato e confezionato, con

tessuti per i quali lo studio interno elabora disegni esclusivi che stampano sulle pezze, convivono anche altri marchi dell'azienda: dal 2018 la Changit (voluta con la precisa esigenza di aumentare la proposta commerciale Giorgio srl) e, dalla stagione primavera/estate 2019, la Me Fui, nata come una collaborazione per la produzione e distribuzione del brand già creato da Belen e Cecilia Rodriguez.

«Un successo, basti pensare che l'anno scorso questo marchio contava su 120/130 capi – prosegue Franco Giorgio – oggi siamo arrivati a 500. In totale per i tre brand le collezioni sono costituite da circa 3500 capi diversi». Attualmente F\*\*K conta 16 monomarca in Europa, ma si stanno valutando ulteriori progetti e il fatturato che nel 2018 si è attestato sui 15 milioni di euro – l'80% realizzato in Italia – sarà quasi certamente superato con la chiusura 2019: «Un consiglio a un giovane che volesse intraprendere un'attività nel Sud? Avere una buona idea che risponda ad una precisa esigenza di mercato, crederci e portarla avanti con coraggio e perseveranza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Franco  
Giorgio**  
fondatore  
di F\*\*K

