

Pesavento raggiunge i 10 milioni di euro di giro d'affari

Di Gianluca Bolelli - 30 Gennaio 2020

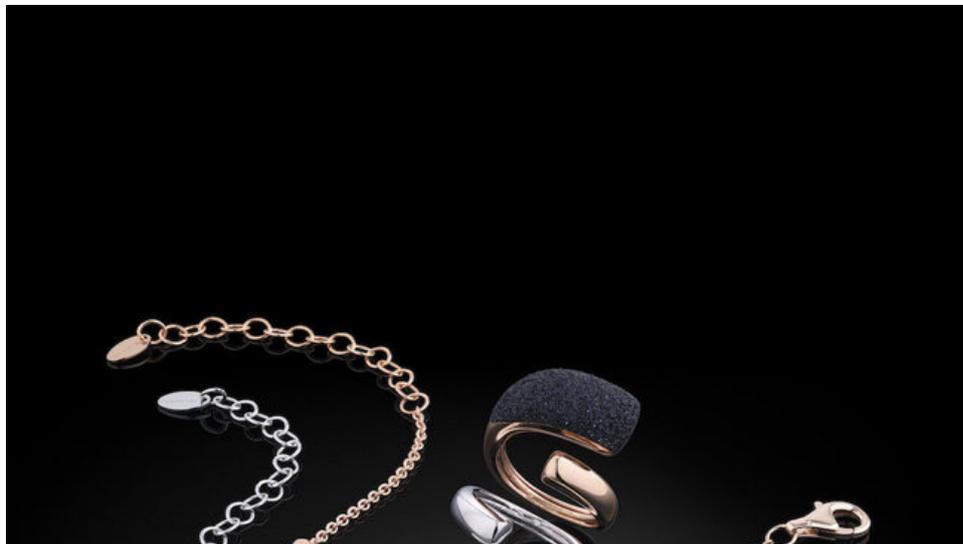
Nato 27 anni fa a Vicenza dall'idea di Chiara Carli e Marino Pesavento, il marchio di gioielleria è tornato ad affiancare alla collezione di gioielli in argento, *core business* e distribuita in oltre 50 nazioni mondiali, una linea in oro 18 carati di livello più alto. "La linea in argento nacque nel 2009, quando il prezzo dell'oro continuava a salire a livelli vertiginosi, ed è quella che ci ha fatto conoscere su scala mondiale. Inoltre ci siamo fatti apprezzare per i gioielli di volume, fatti per stupire ed emozionare", ricorda a FashionNetwork.com Chiara Carli, cofondatrice e Managing Director di Pesavento. "Creazioni, le nostre, al 100% Made in Italy e sempre curate e rifinite come prodotti di alta gioielleria, tanto che Pesavento risulta essere l'unico marchio di preziosi in argento ad essere presente nei negozi Rolex, Cartier, Patek Philippe, o in gioiellerie di alto livello", assicura.

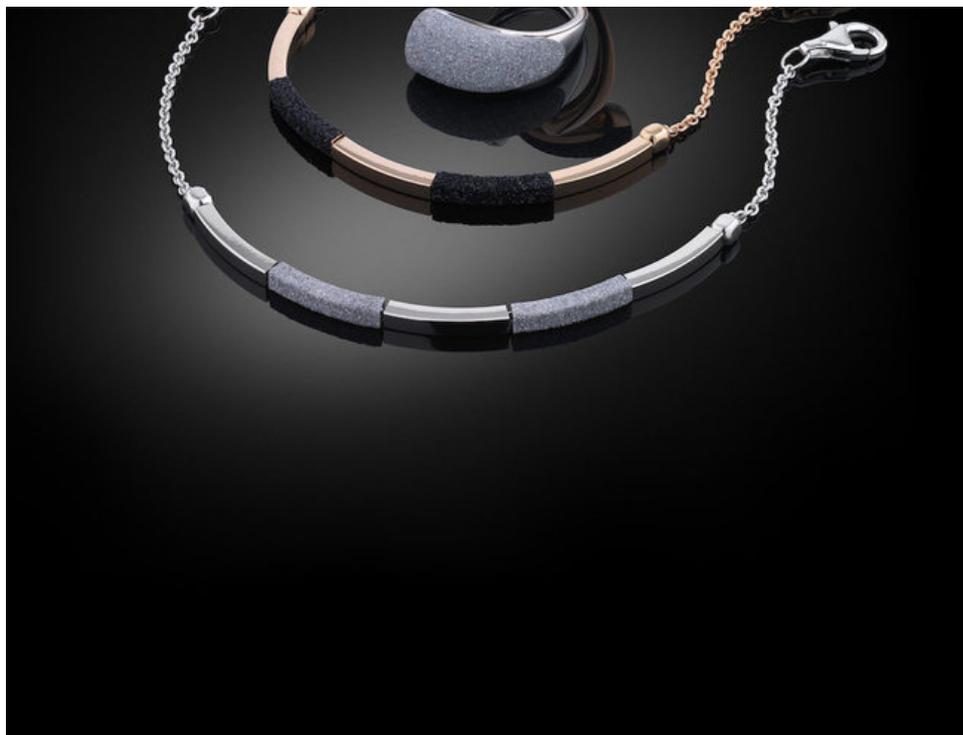


Chiara Carli - Pesavento

Il fatturato 2019 di Pesavento è arrivato a 10 milioni di euro, crescendo del 10%. La previsione ("e l'energia per concretizzarla c'è", tiene a sottolineare Chiara Carli) è di una crescita almeno simile anche per l'esercizio 2020. L'Italia è il primo mercato di Pesavento con il 30% del giro d'affari, seguito da Germania e Spagna. Il Bel Paese è anche il più cresciuto lo scorso anno, avendo registrato un altro +30% abbondante anno su anno, come fa da quattro anni a questa parte.

La "Polvere di sogni", linea emblematica del brand, che fa apparire i gioielli Pesavento tempestati di minuscole pietre preziose e che ha fatto conoscere nel mondo il marchio veneto, proviene invece dal carbone. Sono minuscole particelle esagonali realizzate con una nanotecnologia, brevettata dall'azienda, che fa sì che riflettano in questo modo la luce.





Pesavento, braccialetti e anelli della linea "Polvere di sogni"

La fascia media di prezzi dei gioielli in argento Pesavento va dai 150 ai 300 euro. Altri pezzi più importanti costano dai 500 ai 1.000 euro.

Il marchio ha una rete di agenti diretti in Italia, mentre l'Europa è coperta da un distributore per ogni Paese. Pesavento è distribuito anche in Russia, Stati Uniti, Centro America, Caraibi. Proprio il Centro America e il Caribe, dopo l'Italia, sono le aree in cui le vendite del marchio hanno dato più soddisfazioni al management lo scorso anno. "L'Asia è un sogno, ma in questo momento non è nei nostri piani. Rimaniamo un'azienda familiare con 50 dipendenti, ci dovremmo strutturare di più per affrontarla", afferma la Carli. "Al momento, l'obiettivo è consolidare la diffusione che abbiamo e puntare molto sul far conoscere il marchio sui social network. Addirittura stiamo dicendo no a tante delle richieste che riceviamo per approdare su nuovi mercati. Molte di queste le riceviamo dai Paesi dell'Est Europa", aggiunge la manager, "e primi clienti-test in Bulgaria e Romania li abbiamo trovati nel corso dell'ultima edizione di VicenzaOro January".





Pesavento, anelli cocktail in oro 18K con elemento ricoperto in polvere di diamanti color champagne e champagne rosé.

Pesavento non gestisce boutique dirette. I distributori locali possono però decidere di aprire negozi ad insegna Pesavento, come succede per lo store dell'isola di Rodi, in Grecia, nel periodo primaverile-estivo. Sono una decina i negozi di questo tipo nel mondo, mentre risultano un centinaio worldwide le boutique con all'interno corner e shop-in-shop del brand, e circa 1.200 i negozi multibrand che commercializzano i suoi prodotti, un numero salito del 20% nell'ultimo biennio.

Di Gianluca Bolelli

Copyright © 2020 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.