

Gruppo Tessile Monti, gli "editori" della camiceria

UN FATTURATO DI OLTRE 100 MILIONI, CON L'EXPORT ALL'85%, STABILIMENTI IN ITALIA, INDIA E REPUBBLICA Ceca, UN ARCHIVIO STORICO CON OLTRE UN MILIONE DI CAMPIONI DI TESSUTO

Bettina Bush

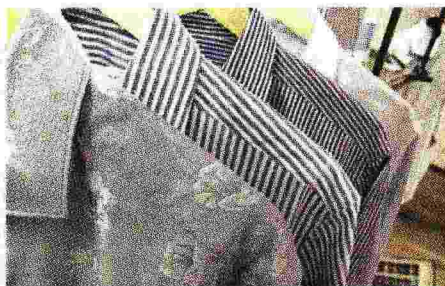
Milano

«**B**etter, smarter, faster». Sono le tre parole di **Luca Belenghi**, amministratore delegato del Gruppo **Tessile Monti**, a Maserada sul Piave, vicino a Treviso, che riassumono bene la filosofia di un'azienda che ha saputo unire al suo importante passato una precisa visione. Nell'Ottocento era un piccolo laboratorio casalingo fondato da Giorgio Monti, poi a inizio Novecento, i tre fratelli Monti fondano una piccola industria con una ventina di telai e una quindici-

na di operai, mettendo già allora al primo posto tecnologia d'avanguardia e innovazione continua.

Oggi la filosofia non è cambiata, e il gruppo produce cinque milioni di camicie esportate un po' in tutto il mondo, con stabilimenti in Italia, in India e nella Repubblica Ceca: «La nostra storia ci ha regalato una forte identità — spiega Belenghi — noi aggiungiamo creatività, innovazione, orientamento al cliente, velocità nel servizio, e sostenibilità in ogni processo. Non a caso in India abbiamo lanciato precisi progetti sociali per l'assistenza medica, scolastica e neonatale dei nostri dipendenti».

Nel 2016 il gruppo ha 102 milioni di euro di fatturato con esportazioni dell'85%, con circa 1.200 clienti in 100 paesi, con grande attenzione all'Europa, agli Stati Uniti, oltre che alla Cina, alla Corea e al Giappone, per produrre 16 milio-



ni di metri di tessuto in più di 10 mila varianti, grazie anche a un archivio storico che contiene più di un milione di campioni di tessuto.

«Si tratta di un mondo complesso, dove noi offriamo un servizio verticale che va dal tessuto fino alla confezione — continua Belenghi — ci consideriamo degli editori della camiceria di un capo universale che deve attrarre con

l'estetica, sedurre con il corpo, e stupire con la performance. Puntiamo all'eccellenza partendo dalla base della catena, per costruire valore aggiunto a ogni passaggio. Il nostro obiettivo è di arrivare a 6 milioni di camicie prodotte nei prossimi tre anni».

Una meta importante per il gruppo che dal 2009 al 2013, in 4 anni da un fatturato di una settantina di milioni è arrivato a un centinaio di milioni: «Adottiamo nuove strategie, aggiorniamo i processi, innoviamo il prodotto — conclude Belenghi — abbiamo fatto joint venture con **Laguna-Clothing** e **Aurora Apparel**, abbiamo presentato nella scorsa collezione la famiglia di **Brezze**, un prodotto contemporaneo con la caratteristica della leggerezza, abbiamo anche la **Garment Dip**, la camicia che non si stira, grazie a un trattamento rivoluzionario».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

A lato, Luca Belenghi ad del Gruppo **Tessile Monti**. La società ha sede a Maserada sul Piave, vicino a Treviso

