



*La capacità di creare un mercato di nicchia  
Un traguardo raggiunto dalla Leu Locati*

Da sempre l'azienda produce oggetti di rara bellezza, pezzi unici per un fashion design che sprigiona la voglia di essere se stessi

Milano, 18 settembre 2008 – Le sole parole non sono in grado di esprimere la forza del marchio Leu Locati, l'azienda che ha saputo fare della propria produzione un caso di eccellenza. Una cartella stampa per riassumere il valore aggiunto della società è quindi troppo limitativa e le immagini che più caratterizzano la collezione non riescono sempre ad esprimere appieno il messaggio che sta dietro ad ogni capolavoro.

Per delineare la visione di sviluppo di Leu Locati è significativo raccogliere uno stimolo offerto dall'imprenditore: "Credo che il sogno di tutti gli imprenditori – spiega Paolo Amato, Presidente della Società - sia quello di vedere crescere le proprie aziende e magari anche velocemente. Nel caso della Leu Locati invece la migliore strategia è quella di crescere in modo direttamente proporzionale alla capacità produttiva che l'azienda può esprimere."

Sarà un solo suggerimento o una vera politica aziendale. Nel caso specifico è sicuramente stata una strategia vincente che, ancora oggi, dopo 100 anni di attività continua a dare i risultati sperati e a raggiungere gli obiettivi.

Una crescita fisiologica quindi, coerente con le risorse e le competenze disponibili all'interno dell'azienda. **Un primo riscontro** è offerto dalla sistematica tensione all'innovazione di prodotto, alimentata dall'attività di ricerca sui nuovi materiali e sulle loro possibili applicazioni. **Un secondo** deriva invece dagli sforzi intrapresi per la promozione del marchio Leu Locati al fine di riequilibrare il portafoglio di attività rispetto alle collezioni privé degli stilisti. D'altra parte non sorprende che, ripercorrendo la storia aziendale, Paolo Amato è pronto a considerare un grave errore l'aver tentato di penetrare un segmento più basso di clientela attraverso una linea di prodotto caratterizzata da un rapporto qualità prezzo più conveniente.

Coniugando successi ed errori, valorizzando quella tensione all'apprendimento che ha contrassegnato l'intera storia aziendale e, in poche parole, guardando avanti, la Leu Locati sta valutando una nuova opportunità di sviluppo: l'acquisizione di un calzaturificio di dimensioni artigianali, al fine di poter offrire un sistema di prodotto completo senza dover dipendere da risorse esterne. Forse è un sogno dell'imprenditore certo è che costituirebbe un passo strategicamente importante del dopo centenario.

E se le strategie aziendali hanno dimostrato di essere la componente vincente per continuare a reggere le sfide di mercato, la Leu Locati si presenta al MIPEL con una collezione di preziosi. Sì, perché sono loro i gioiellieri degli accessori

*Leu Locati, il gioielliere delle borse da sera*

Oltre ogni omologazione, oltre ogni globalizzazione del gusto, oltre ogni scelta di essere uguali a tante altre... **Leu Locati** è tutto ciò, è **l'artigiano della serie limitata** che, al design degli accessori, con il quale ha saputo conquistare il mondo, ha unito la qualità e l'eleganza dei propri capolavori. **Leu Locati individua uno stile di vita!**

Per la primavera estate 2009, in anteprima al MIPEL, la collezione si conferma sinonimo di individualismo stilistico estremamente femminile esuberante ma senza eccessi, estrosa, ma con garbo, da perfetta signora perbene. E poi una palette di colori ineguagliabile, la moda diventa classicità e la classicità moda.. la collezione rilegge i codici classici della moda.

*Una nuova idea di moda che rompe gli schemi e travolge con una grande capacità interpretativa.*

La collezione verrà presentata al MIPEL (Padiglione 12P/1 Stand E49 E 51 F50 F52) dal 18 al 21 settembre 2008.

Ufficio Stampa Leu Locati

Arianna Augustoni [ariannaaugustoni@interfree.it](mailto:ariannaaugustoni@interfree.it) mobile 335.5850649