

Fragi, l'intimo e? fiducia

Pubblicato: Giovedì 24 Novembre 2022



Quella di **Fragi** e? una storia di un **equilibrio perfetto tra tradizione e innovazione**. L'**azienda bustocca di intimo** e? un orgoglio locale del Made In Italy ma con lo sguardo rivolto all'orizzonte. E in questi tempi i suoi valori fondanti si sono rivelati ancora piu? preziosi.

Dopo sessant'anni il gruppo ha sintetizzato un nuovo modo di fare mercato, trasformando le difficoltà delle crisi recenti in una incredibile prova di resilienza. Con una passione d'altri tempi, i titolari si sono rilanciati nel presente senza perdere il valore della storia che hanno ereditato.

Lo hanno fatto con due importanti rivoluzioni: un **approccio green e responsabile** e una **versione digitale della cura al cliente** che non ha eguali.

L'attenzione ecologista e? un credo della famiglia ben prima che diventasse una moda.

Raccontano che di recente la famiglia ha coltivato una pianta da cotone fino ad arrivare alla produzione del materiale, solo per il gusto di interagire con la natura andando all'origine della materia prima.



Oggi sentono di avere una missione: ispirare tutta la filiera ad un approccio responsabile incentivando **nuove forme di riciclo**.

Hanno cominciato adeguandosi alla certificazione internazionale che assicura l'uso delle fibre naturali. Si chiama **GOTS** e il suo utilizzo e? in sperimentazione sul lungo periodo per ora solo sulla linea bambino.

Piu? che una scelta di produzione, e? un'opera di **sensibilizzazione del pubblico**.

«I nostri clienti non sanno bene cosa siano le certificazioni – spiegano **Paola ed Elisabetta** – noi li informiamo dell'esistenza di questo percorso ma il loro interesse passa innanzitutto dalla fiducia che ripongono in noi».



L'azienda si e? anche concentrata su un **monitoraggio continuo delle emissioni di CO2**, mantenendole a circa 1,9 chili per ogni prodotto, lo standard del settore. Per i prodotti di importazione di altre aziende si inizia ad andare verso i tre chili e mezzo. Questo e? dunque un elemento concreto che dimostra la potenzialità ecologica del Made In Italy.

Oltre all'analisi relativa alle emissioni l'azienda ha anche strutturato una modalità di riciclo strabiliante. Per diverso tempo gli scarti di lavorazione derivanti dal taglio delle maglie erano stati destinati alla realizzazione di strofinacci da cucina. Oggi sono indirizzati verso uno step ancora piu? radicale: tramite un processo innovativo **lo scarto ritorna filo**, pronto per un riutilizzo totale. Quel filo riciclato ha qualche costo vista la lavorazione in piu?, ma l'azienda e? convinta che rappresenti il futuro.



Ma non di solo green e? composto questo anno importante. Una riflessione ugualmente acuta e? stata quella dedicata ad un **sapiente uso del web**.

In un'epoca in cui tutto è fast e ogni cosa è raggiungibile con un click, l'azienda ha intravisto il valore di un'azione ibrida, incentivando la **vendita online**, ma unendola allo stesso approccio per il cliente che potrebbe avere un piccolo negozio al dettaglio. Il risultato è un'**umanizzazione dell'acquisto sul web** che è insieme il meglio del passato e il meglio del futuro.



E la clientela non cessa di crescere. Pur vantando un orgoglioso localismo ben piantato nel territorio alto milanese (Antonio Giorgi è stato tra i fondatori dell'università LIUC di Castellanza) oggi, **con il suo e-commerce, l'azienda raggiunge ben 99 province** sulle 107 di tutta Italia. Gli ordini arrivano quasi ovunque in appena un giorno (anche perché molti prodotti sono degli inossidabili evergreen in produzione continua).

Una massiccia vendita online non era mai stata una necessità principale per l'azienda fino all'arrivo della pandemia: molti dei clienti di Fragi si servono dal marchio da generazioni. Ma il mercato online, in cui si preme un tasto e arriva a casa un pacco, spesso cancella la percezione di umanità, per questo l'azienda sceglie quotidianamente di sovvertire questo approccio con una customer care dedicata. Se molti marchi più o meno blasonati affidano la relazione con il cliente a freddi moduli da compilare online, Fragi prende una posizione volutamente controcorrente e **invita a telefonare**. Dall'altro lato qualcuno felice di rispondere c'è sempre.

Oggi un apposito personale smista tutti gli ordini e spesso guida telefonicamente passo passo fino all'acquisto: non mancano difatti clienti avanti con l'età che non sono mai stati pratici del web. Anche con l'ausilio della mediazione digitale **le persone, insomma, si sentono capite e accudite**, in un rapporto che si può definire super-personalizzato.

«Ricorrere alla grande distribuzione per un business come il nostro – spiegano – così delicato, rischia di stritolarlo e trasformarlo in qualcosa che non è. Non passiamo attraverso il miraggio delle grandi società e abbiamo trovato la soluzione facendo tutto da noi, senza perdere la nostra coerenza e la nostra attenzione verso i bisogni delle persone».



Insomma, anno dopo anno l'azienda ha creato un sistema di valori che le permette di non tradire mai se stessa. E in fin dei conti l'ingrediente di base è il più facile da pensare e il più difficile da ottenere: la **semplicità**.

Quello del tessile è un settore in cui oggi è complesso fare previsioni lunghe. È un campo combattuto, ma le incertezze future non spaventano l'azienda. L'etica di fondo è sempre e solo guidata dall'empatia.

Quanto tempo ci vuole per creare una maglietta? Con le giuste materie prime e i macchinari rodati, parliamo forse di qualche ora. Quanto tempo ci vuole per costruire una fiducia duratura? Anni, talvolta decenni.

Un sentimento che, una volta ottenuto, non scompare più. Buona parte del cuore di Fragi pare racchiuso nella parola **“fiducia”**.

I suoi clienti hanno una sola richiesta: la **costanza della qualità**. Alcuni articoli sono in produzione da cinquant'anni ed è proprio così che il pubblico li desidera. Inossidabili, classici. Familiari.

L'azienda vive dunque di uno spirito senza tempo e ha il potere di regalare certezze in un'epoca in cui le certezze sono sempre meno. Forse è custodita qui tutta la sua forza, perché in fondo **Fragi è “così come sei”**.



di VareseNews Business – marketing@varesenews.it

