

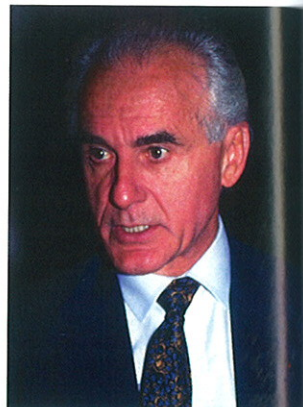
Divorzio all'italiana

La Fila e la Fisi si sono separate, hanno rescisso consensualmente il contratto di fornitura dell'abbigliamento per le squadre nazionali che le legava fino a Vancouver 2010. Ma una cosa è certa: il mitico «brand» italiano resta sulla neve e nello sci

La notizia è stata comunicata laconicamente il 5 agosto: divorzio consensuale tra Fila e Fisi. L'azienda che ha fatto un bel pezzo di storia del *made in italy* sportivo accetta di rescindere il contratto di sponsorizzazione e fornitura dell'abbigliamento per le squadre nazionali della Federazione Italiana Sport Invernali prima della scadenza naturale del contratto stesso, fissata con la conclusione delle Olimpiadi di Vancouver 2010. Come si dice: un vero fulmine a ciel sereno! Fila aveva cominciato il suo rapporto di fornitore esclusivo con la Fisi nel 1992 quando la sua straordinaria avventura nello sport iniziata negli anni '70 (ricordate la «F» rossa e blu addosso a Bjorn Borg, Guillermo Vilas, Ingemar Stenmark, Reinhold Messner?) era ancora in sfolgorante ascesa con la guida di quel grande manager che fu Enrico Frachey (scomparso due anni fa) e aveva accompagnato gli Azzurri fino alle Olimpiadi di Nagano del 1998. Si era interrotta per

un quadriennio (targato Asics) ed era ripresa nel 2002 dopo le Olimpiadi di Salt Lake City per arrivare al traumatico epilogo di questa estate. Perché? Perché soprattutto proprio in vista della stagione olimpica, con tempi strettissimi da parte della Fisi per trovare l'alternativa? Perché, dopo che l'anno scorso la nuova linea di prodotti di gusto *vintage* (la famosa «righina» sul blu per richiamare quella della mitica maglietta di Bjorn Borg) era stata presentata in pompa magna come

impulso di rilancio? Perché quel clima quasi di reciproca liberazione che ha reso il divorzio del tutto indolore sul piano legale ma sgradevole sul piano umano, quasi che l'AD di Fila Italia Emanuele Pedrotti da una parte e il presidente della Fisi Giovanni Morzenti dall'altra volessero entrambi levarsi un fastidio? Le due campane suonano ovviamente rintocchi diversi. In Casa Fisi si confermano le lamentele per presunte difficoltà e imprecisioni nelle forniture e nella fattura dei ca-



STARS & STORY



Bjorn Borg



Ingemar Stenmark



Reinhold Messner



Alberto Tomba

I novant'anni di Salice e del suo orgoglio «tricolore»



Salice compie 90 anni, un traguardo che pochi nel settore possono vantare. L'azienda di **Gravedona (CO)** produttrice di occhiali sportivi e maschere da sci è stata fondata nel 1919 da **Vitaliano Salice**, nonno di **Anna Salice** (terza generazione e prima femminile) che guida oggi l'azienda sulle rive del Lago di Como. È un compleanno importante per un marchio che ha fatto dell'italianità un elemento distintivo, non solo riportando i colori della **nostra bandiera** sui prodotti, rendendoli estremamente distinguibili e riconoscibili negli anni, ma mantenendo caparbiamente tutta la produzione in Italia, per garantire elevati livelli di qualità. Una scelta che paga anche in termini di fatturato, che ha superato i **5 milioni di Euro** realizzato con **47 addetti**, tutti impiegati nella sede di Gravedona. Il team di lavoro in azienda è giovane e dinamico, la forza del prodotto sta nell'alta qualità associata a un «giusto» prezzo e a un rapporto molto intenso con i rivenditori, che possono contare su un'interfaccia aziendale pronta a cogliere le esigenze di tutti e sulla puntualità delle consegne.

