

## GENI DI LOMBARDIA/ I BRICCOLA

La storia tutta italiana di Bric's  
i trolley che fanno impazzire gli attori

Una famiglia comasca ha fondato il marchio di borse e valigie vendute in 50 Paesi del mondo  
A capo dell'azienda sei fratelli. Il segreto del successo? Materiali all'avanguardia indistruttibili

DINO BONDAVALLI

■ I loro trolley sono tanto iconici da essere sfoggiati con orgoglio dal jet set internazionale e da essere utilizzati in film e serie tv, da "The idea of you" con Anne Hathaway a "I delitti del Barlume". Amate da Jessica Alba e Amal Clooney, le collezioni firmate da Bric's sono vendute in oltre 50 Paesi nel mondo, dagli Stati Uniti al Giappone, da Dubai a Londra.

Eppure, a oltre 70 anni di distanza dalla sua nascita nel 1952, questa azienda che a dispetto del nome è in tutto e per tutto italiana, più precisamente comasca, resta una realtà familiare gestita dai figli del fondatore, Mario Briccola (da cui Bric's, Ndr).

Una realtà in grado di competere con colossi internazionali con fatturati a nove zeri, di stringere collaborazioni con brand di enorme prestigio come Porsche Design e Fondazione Andy Warhol, e di conquistare i mercati esteri puntando su materiali che i principali concorrenti non osavano utilizzare perché considerati troppo delicati.

Se si dovessero riassumere in poche righe le peculiarità del marchio comasco si potrebbe anche chiudere qui. Dalla descrizione resterebbero però fuori due caratteristiche intangibili, ma altrettanto importanti: il coraggio di andare controcorrente e la fe-

de immensa nelle proprie potenzialità, entrambi conditi da un approccio tutt'altro che scontato in una realtà familiare, per cui «l'azienda è importante, ma non è lo scopo assoluto della nostra vita, così come non lo era per papà», spiega Attilio Briccola, direttore generale di Bric's.

È lui, insieme a Mariangela, Roberto, Beatrice, Giovanni e Pietro, ad aver raccolto il testimone passato da papà Mario a soli 65 anni «per dedi-

carsi ad altro» e ad aver contribuito a fare del marchio comasco un brand globale. «Nostro padre aveva cominciato a lavorare molto giovane, a 14 anni, facendo esperienza nella lavorazione della pelle in quello che all'epoca era il distretto varesino della valigeria e delle cartelle», racconta Attilio. «Dopo pochi anni aveva deciso di aprire un propria attività: prima con un socio, dal quale però si era presto separato perché

quello voleva che lavorasse sempre anche la domenica mentre mio papà pensava che la vita fosse anche altro al di fuori dell'azienda, poi per conto proprio».

Fu così che a Olgiate Comasco, dove Bric's ha sede ancora oggi, nacque una piccola bottega artigiana che, con il passare degli anni, è diventata la realtà che conosciamo oggi: un fatturato consolidato nel 2023 di 65 milioni di euro e oltre 150 dipendenti

tra le unità produttive e le boutique monomarca in Italia e all'estero.

«L'intuizione di papà fu quella di puntare da subito su un proprio brand, per cui oltre a produrre per le grandi firme, come facevano tutti gli altri artigiani, viaggiava per l'Italia e vendeva anche le valigie con il proprio marchio», prosegue il direttore generale.

«È questo che ci ha consentito di crescere quando molti

chiudevano, insieme al fatto che papà ha sempre pensato non solo all'azienda, ma anche ai dipendenti e al territorio, cosa che ci è stata riconosciuta anche dai sindacati quando, tra la fine degli anni '70 e i primi anni '80, abbiamo dovuto fare una riorganizzazione per far fronte a una serie di difficoltà». Proprio in quegli anni si apre anche un altro capitolo, con l'ingresso in azienda dei primi due figli, Mariangela e Roberto, ai quali progressivamente si aggiungeranno gli altri fratelli e sorelle, fino al passaggio generazionale che si compirà all'inizio degli anni Novanta.

Non solo. L'ultimo decennio del secolo scorso segna anche il consolidamento del brand e la sua espansione su scala internazionale. «Con mio fratello Pietro avevamo deciso di guardare a cosa accadeva all'estero, per espandere quella che comunque era la nicchia in cui operavamo, cioè la fascia medio-alta del settore delle borse da viaggio e della pelletteria», racconta Attilio. «Fu così che, dopo un viaggio in Germania, decidemmo di lanciare una valigia in policarbonato lucido, materiale che nessuno utilizzava perché quando si viaggia rischia di rovinarsi in fretta».

Una scelta apparentemente folle, che invece ebbe un enorme successo. Così come quella successiva di utilizzare un materiale tessile con effetto scamosciato che, pur essendo molto resistente, dava l'impressione di essere estremamente delicato.

Il resto è storia recente. Dal successo all'estero, tale che oggi il 75% del fatturato è frutto dell'export, agli anni turbolenti del Covid, attraversati uscendo più forti. Dalla terza generazione della famiglia, che sta già muovendo i suoi passi in azienda, all'inserimento negli ultimi anni di figure manageriali esterne. Il coraggio si vede anche qui.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La famiglia Briccola

## PARTENZA DOMANI ALLE 9 DA SAN SIRO

## Torna la DeeJay Run con un omaggio al Meazza

Due percorsi (10 e 5 km) e tante iniziative di intrattenimento. Presenti vip di radio e tv, da Linus al Trio Medusa

PROMOSSO DA BIP

«Verde e blu...»

Il festival del futuro

■ Si è chiusa ieri la quinta edizione di "Verde e Blu Festival", l'evento promosso da BIP, multinazionale di consulenza, che ha posto al centro del dibattito la transizione verso la Società 5.0. Il Festival ha offerto tre giornate intense di confronti tra istituzioni, aziende e mondo accademico su temi chiave come economia, spazio, salute e agricoltura. L'evento ha ospitato il Ministro dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica, Gilberto Pichetto Fratin, che ha sottolineato la necessità di una transizione sostenibile, capace di conciliare l'efficienza energetica con il benessere delle persone, in linea con i principi dell'economia circolare.

MASSIMO DE ANGELIS

■ Milano si appresta di nuovo a ospitare la DeeJay Ten, una delle corse più attese dell'anno, prevista per domani 13 ottobre. L'evento, che si articolerà su due distanze, cinque e dieci chilometri, è organizzato da Radio DeeJay con il patrocinio del Comune e, dopo aver fatto tappa in diverse città italiane, quali Torino, Bari, Viareggio e Treviso, tornerà a far muovere i runner meneghini. Il Village della manifestazione avrà luogo nel quartiere di San Siro, creando un'atmosfera coinvolgente per gli sportivi e spettatori. Il cuore dell'evento viene situato nell'iconico stadio Giuseppe Meazza, che per l'occasione si trasformerà in un punto d'incontro per ogni appassionato. La partenza è fissata alle ore nove, precisamente da via Achille, vicino a piazzale Moratti. Questo percorso è pianificato in modo da offrire non solo una sfida atletica, ma anche per garantire una gara immersa nel pa-

norama urbano del capoluogo lombardo, attraversando alcune delle aree più suggestive della città. I partecipanti, che si aspettano in gran numero, potranno godere di un'atmosfera festosa, con musica, intrattenimento e la possibilità di socializzare.

La corsa su due distanze permette di coinvolgere sia i corridori più esperti che coloro che si avvicinano per la prima volta a questa disciplina.

Un aspetto che arricchisce ulteriormente la kermesse è la partecipazione di personaggi noti del mondo ra-

diofonico. Linus, uno dei volti più amati di Radio DeeJay, sarà presente sul campo, insieme ad altri noti conduttori come il Trio Medusa e Matteo Curti. Non mancheranno all'appello anche Diego Passoni, laVale e Gianluca Gazzoli, contribuendo a generare un ambiente ricco di allegria. Il Village, attivo fin dal mattino, offrirà ai visitatori diverse attività, intrattenimenti e stand gastronomici. L'intervento di numerose personalità della radio promette di rendere la situazione ancor più vivace, grazie alla concreta opportunità di interagire con i propri beniamini. Si potranno incontrare talenti, prepararsi alla manifestazione sportiva a ritmo di sound con il riscaldamento musicale proposto dal palco centrale, nonché essere coinvolti nelle varie attività messe in atto dagli sponsor negli stand. L'adesione all'evento ha un costo di 20 euro per i runner della 10 km (maglia fluo), di 18 euro per i partecipanti alla 5 km (casacca rosa) con età superiore ai 13 anni e 10 euro per i bambini fino ai 12 anni. Nel prezzo è compresa una sacca con t-shirt ufficiale, pettorale, rilevamento cronometrico con chip, assicurazione, medaglia di partecipazione e ristoro al traguardo finale.



L'edizione 2022 della DeeJay Run

© RIPRODUZIONE RISERVATA