



APIS, STORIE DI CORSE E CAMPIONI

APIS

N. dipendenti: 33

Fatturato: 3,2 Milioni

Mercato: Italia, UE, Extra UE

Sede: Vescovato

Anno iscrizione
Associazione Industriali:
1985

www.apis-italia.it

A Vescovato c'è un'azienda che non solo ha attraversato più di mezzo secolo di storia industriale italiana ma lo ha fatto con stile, tenacia e visione. Si chiama Apis ed è diventata sinonimo di un oggetto solo in apparenza semplice: il cappellino da ciclista. Quello stesso cappellino che oggi non è più solo un accessorio sportivo ma una dichiarazione di identità, un simbolo di appartenenza e, sempre più, un segno distintivo nel mondo dello streetwear.

L'azienda è nata tra la fine degli anni cinquanta e l'inizio degli anni sessanta da un'intuizione di **Gino e Fina Bregalanti**. Lui ambulante di dolci, lei sarta abile e precisa. Uniti dalla passione e da un'energia imprenditoriale fuori dal comune, iniziano a seguire il Giro d'Italia proponendo cappellini in stoffa agli spettatori per proteggersi dal sole. L'occasione arriva quando lo sponsor della squadra Cynar commissiona 100mila cappellini promozionali: è la scintilla che darà vita ad Apis, acronimo di Azienda Promozionale Industria Sport.

Quella che inizia come una piccola attività artigianale si trasforma, nel giro di pochi anni, in un punto di riferimento per il ciclismo mondiale. I cappellini Apis



sono stati indossati da **Coppi, Bartali** e da tutti i più grandi campioni. Lo sono ancora oggi. Un primato che nessun'altra azienda al mondo è riuscita a mantenere con tale continuità.

Il merito di questo successo non è solo della visione originaria ma deriva anche dalla capacità di trasformazione, adattamento e rilancio che l'azienda ha dimostrato nei decenni successivi. **Luciano Brega-**

lanti, figlio dei fondatori, ha guidato Apis con determinazione per oltre quarant'anni ampliandone la produzione e mantenendo la qualità come faro irrinunciabile. Ha affiancato al cappellino una divisione promozionale contraddistinta da un servizio di assistenza di alto livello coniugando estetica, funzionalità e identità sartoriale.

Ma l'azienda ha proseguito il suo cammino con energia, entusiasmo, volon-



Gino Bartali e Fausto Coppi
con il cappellino di Apis



Gino Bregalanti, il campione leggendario Bernard Hinault e Luciano Bregalanti



GEMMA BREGALANTI CEO DI APIS:

“Il cappellino Apis
non è solo uno strumento
da gara altamente
performante
È un modo di vivere
Chi lo indossa si sente
ciclista anche se sta
andando in ufficio
in metropolitana
a prendere un caffè
È un messaggio che dice
sono in movimento
sono nel mio viaggio”

tà di individuare e raggiungere traguardi sempre più sfidanti. Il punto di svolta ha coinciso con l'avvento di **Gemma e Sara Bregalanti** che rappresentano la terza generazione imprenditoriale. Ed è proprio grazie al loro ingresso in azienda e alla loro visione, lucida e appassionata, che Apis ha vissuto una nuova rinascita diventando un esempio virtuoso di come si possa innovare senza tradire l'anima di un marchio.

“Quando ero piccola – racconta Gemma CEO di Apis – Bartali veniva spesso a pranzo da mio nonno. Si raccontavano storie, si scambiavano riflessioni, aneddoti di vita. Nei loro discorsi il ciclismo era il protagonista assoluto. Ho sempre percepito quel legame come una lezione di vita. Qualcosa che ci ha insegnato a non mollare mai. A credere nel lavoro fatto bene. A restare umani, sinceri, onesti. Così era fatto mio nonno. E così era Bartali. Non scorderò mai le sue mani enormi usurate dal manubrio e quel suo grande cuore. Un gigante gentile”.

Gemma oggi è la mente strategica

e commerciale dell'azienda mentre Sara dirige l'intera area produttiva con un'attenzione meticolosa alla qualità e al valore delle persone. Insieme hanno ridefinito l'identità di Apis dando forma a un doppio asse di sviluppo: da un lato il consolidamento della leadership mondiale nella produzione di cappellini tecnici, dall'altro la trasformazione del prodotto in un simbolo lifestyle urbano.

“Il cappellino Apis – spiega Gemma – non è più solo uno strumento da gara altamente performante. È diventato un modo di vivere. Chi lo indossa si sente ciclista anche se sta andando in ufficio, in metropolitana, a prendere un caffè. Non è solo un cappellino, è un messaggio: sono in movimento, sono nel mio viaggio”.

Questa nuova visione ha richiesto investimenti, coraggio, studio. L'evoluzione del cappellino Apis è il frutto di una ricerca costante e attenta dei migliori tessuti. Vengono scelti e utilizzati materiali naturali, traspiranti, esteticamente accattivanti.

Ogni pezzo viene pensato come un'opera unica, personalizzabile in tutti i dettagli gratificando la creatività dei clienti. Il team grafico interno traduce le richieste in soluzioni visive moderne instaurando un dialogo continuo con la moda e l'estetica contemporanea.

Parallelamente il valore della sostenibilità ha assunto un ruolo centrale. I processi di lavorazione escludono la chimica, l'acqua viene riciclata interamente, l'approvvigionamento energetico è garantito da pannelli fotovoltaici e pompe di calore, le forniture privilegiano la filiera corta e la trasparenza certificata.

La squadra interna conta 33 persone, in prevalenza donne. Tutte figure che sono formate e accompagnate in un prolungato percorso di crescita. “Vengono da mondi diversi – dice Sara – alcune dall'agricoltura, altre dalla meccanica. Ma tutte condividono la voglia di imparare, la precisione, l'entusiasmo. E questo è il nostro orgoglio più grande”.



Perizia sartoriale e processi di lavorazione all'insegna della sostenibilità



Con la stessa filosofia è nata e si è affermata Apis Commerciale, il segmento specializzato nella personalizzazione di abbigliamento e gadget, potenti strumenti di comunicazione dove ogni dettaglio ha lo scopo di raccontare un'identità con stile, coerenza e originalità. "Non siamo un e-commerce – prosegue Gemma – ma offriamo un servizio reale fatto di persone che affiancano il cliente in ogni fase del progetto trasformando un'idea in un emblema di eleganza e funzionalità operativa. Dal concept grafico alla scelta dei materiali fino alla produzione e all'assistenza post-vendita seguiamo ogni passaggio con cura sartoriale. E' qui che il nostro valore si distingue: nella relazione, nell'ascolto e nella capacità di dare forma, insieme, a una visione".

Tutto il mercato del mondo del ciclismo, a partire dai principali player, continua ad acquistare i cappellini di Apis: "Non smettiamo mai di fare ricerca e innovazione. Siamo in perenne movimento. Oggi, dopo che l'ultimo competitor mondiale è divenuto nostro cliente, abbiamo compreso ancora di più di aver imboccato la giusta direzione. Un risultato che ha origine dal passato. Dopo la caduta del Muro di Berlino, infatti, Apis ha resistito alla corsa alla delocalizzazione restando fedele al principio della qualità assoluta del made in Italy. Abbiamo puntato tutto sull'eccellenza e

Sara Bregalanti dirige l'area produttiva con un'attenzione meticolosa alla qualità e al valore delle persone: "Le nostre collaboratrici vengono da mondi diversi Alcune dall'agricoltura altre dalla meccanica Ma tutte condividono la voglia di imparare la precisione, l'entusiasmo E questo è il nostro orgoglio più grande"

sulla trasparenza. La nostra scelta è stata premiata".

Oggi, in un mercato ipercompetitivo e veloce, l'azienda riesce a distinguersi per la sua capacità di combinare con efficacia passato e futuro. E questo grazie alla guida di due imprenditrici, Gemma e Sara, che non si sono limitate a raccogliere un'eredità ma l'hanno rifondata su nuove basi e con uno stile autentico, determinato, mai esibito ma sempre percepibile. Dopo la pandemia si è verificata un'ulteriore svolta: nuovi orari di lavoro pensati per il benessere del team, maggiore autonomia ai collaboratori, introduzione di programmi

di formazione continua, ampliamento della presenza digitale, partecipazione attiva alle reti nazionali e internazionali.

Gemma Bregalanti è anche vicepresidente di Assindustria Servizi, la società di servizi partecipata al 100% dall'Associazione Industriali della Provincia di Cremona: "Sono convinta che la scelta di aderire alle iniziative confindustriali mi abbia migliorato come imprenditrice e come persona. Significa, soprattutto, avere la possibilità di confrontarsi con chi vive la responsabilità di guidare un'azienda. Le imprese, grazie all'associazione, possono fare rete e sostenersi a vicenda per il bene del territorio. Il personale è molto competente e la struttura offre servizi altamente qualificati, in grado di fornire un aiuto concreto quando si affrontano nuovi mercati, si cercano profili professionali, si richiedono prassi virtuose per la gestione e la formazione delle risorse umane. L'aggiornamento sulle novità normative è in tempo reale".

Apis è la prova vivente che la manifattura italiana non è finita ma esprime grandi potenzialità di crescita. La storica azienda di Vescovato ha dimostrato e continua a dimostrare che la moda può dialogare con l'attualità tecnologica e che si può essere, allo stesso tempo, coerenti e innovativi. Come si può riuscire a condividere con successo un'identità forte, unica e inconfondibile.