

Strategie

Dirk Bikkembergs, inizia l'era di Canudilo

Dopo l'acquisto del 51%, il gruppo cinese porta in dote 60 milioni da investire nel retail per correre in Asia. **Fabio Maria Damato**

La vendita del 51% del marchio **Dirk Bikkembergs** al gruppo cinese **Canudilo**, da ieri è cosa fatta. Il deal, annunciato lo scorso giugno (vedere *MFF* dell'11 giugno), è stato ufficialmente siglato lo scorso martedì. Quando il gruppo asiatico, nuovo controllante della griffe, ha messo sul piatto 40,68 milioni di euro, valutando così l'azienda 92 milioni di euro. Un passo: «Dovuto, per renderci competitivi e credibili per crescere internazionalmente», ha spiegato a *MFF* **Maurizio Pizzuti**, numero uno di **Zeis Excelsa**, che con un paritetico 24,5% condivide la restante minoranza della società con **Sinv**. Ai due soci



Maurizio Pizzuti e Lin Yon Fei

del marchio fondato dal creativo belga resteranno le rispettive licenze per calzature (**Zeis**) e abbigliamento (**Sinv**), come la condivisione delle scelte strategiche e della guida di una griffe sempre più proiettata verso l'Est del mondo. «Dirk Bikkembergs è un marchio consolidato e riconosciuto in Europa, ma giovanissimo in mercati quali gli Usa e la Cina», ha poi aggiunto **Pizzuti**. «Per questo motivo quando si è presentata l'opportunità di fare affari con **Canudilo**, l'intesa è stata immediata non solo per la condivisione di una visione a lungo termine del business, ma anche per la grande esperienza nel settore retail moda, riconosciuta in Cina al gruppo». **Canudilo**, infatti, è una

E la realtà asiatica svela un deal con Antonia

Aprire in Cina store multimarca alto di gamma a insegna **Antonia** già dal prossimo anno. Questo l'obiettivo del deal siglato dal gruppo **Canudilo** e dalla buyer **Antonia Giacinti**, proprietaria della boutique milanese che porta il suo nome. «Il primo multistore in franchising aprirà a Macao nel 2016, con l'obiettivo di tagliare il nastro a punti vendita con la stessa formula in tutto il paese asiatico», ha spiegato **Lin Yon Fei**, numero uno del gruppo cinese, fresco proprietario di **Dirk Bikkembergs**. (riproduzione riservata)

realtà da 200 milioni di euro di fatturato retail annui e capace di controllare 400 store diretti nella Greater China, dei quali 300 a insegna del marchio di proprietà **Canudilo** e 100 operanti per marchi europei quali anche **Bally**, **Ferragamo** e **Moncler**. «Il nostro obiettivo è di utilizzare i 60 milioni di euro già stanziati per **Bikkembergs** per approntare una strategia di crescita retail in Cina e guardando anche agli Usa», ha poi continuato **Lin Yon Fei**, numero uno del gruppo asiatico che si è anche lasciato sfuggire i dettagli di un deal con la boutique multimarca **Antonia** di Milano (vedere box in pagina). A questi 60 milioni, destinati solo a **Bikkembergs**, il gruppo cinese aggiungerà altri 70 milioni di euro per lo sviluppo di una piattaforma e-commerce capace di: «Soddisfare le richieste di un miliardo di consumatori cinesi ormai addicted allo shopping via smartphone», ha concluso il manager cinese. (riproduzione riservata)

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

