

Rilancio. L'azienda marchigiana chiude il 2013 a quota 78 milioni con l'Ebitda a 13

Per Dirk Bikkembergs dall'export l'80% dei ricavi

In due anni aperti 80 negozi in 32 Paesi: focus su Russia e Asia

Monica D'Ascenzo

Due anni per il rilancio e l'espansione internazionale. Tanto è bastato a Maurizio Pizzuti per rilevare la Dirk Bikkembergs e salvarla dal concordato preventivo. Oggi il bilancio è di 80 negozi aperti, un fatturato da 78 milioni di euro, per l'80% realizzato all'estero, e un margine operativo lordo da 13 milioni. E non è finita qui. Il progetto è di una continua espansione internazionale e per raggiungere l'obiettivo l'azienda potrebbe aprire l'azionariato a un investitore o andare in Borsa fra tre anni. Sembrano, quindi, lontanissimi i giorni in cui l'azienda, sotto la guida dello stilista belga fondatore del marchio, era schiacciata dalla richiesta di 130 milioni da parte del Fisco.

I guai della società marchigiana erano iniziati nel 2008 da un accertamento della Guardia di finanza: si contestava un'evasione da 130 milioni, poi ridotti tre anni dopo a 2,9 milioni. A quel punto, però, l'azienda rischiava di chiudere i battenti e di lasciare a casa i 48 dipendenti. Proprio per evitare la serrata intervenne il licenziatario Pizzuti, rilevando le attività attraverso l'affitto d'azienda attraverso la sua Zeis Excelsa, per cui il brand dello stilista belga valeva la metà del fatturato.

Da allora sono passati poco più di due anni: Bikkembergs sta vi-

vendo una seconda vita e nei prossimi anni, nel 2016 o nel 2017, potrebbe approdare in Borsa. «Abbiamo aperto con partner 80 negozi in due anni in 32 Paesi in tre continenti e nell'ultimo anno abbiamo lavorato molto per sviluppare il business a livello internazionale. Ci stiamo spostando nei Paesi dove i tassi di crescita sono più rilevanti» commenta Pizzuti, sottolineando che proprio nelle

scorse settimane ha firmato un accordo con un partner per l'apertura di un negozio a Kiev: «Speriamo che queste turbolenze in Ucraina non ci danneggino».

L'esercizio 2013 si è chiuso con ricavi per 78 milioni, in linea

FUTURO SUL LISTINO

Pizzuti: «Con i soci di Fondo Strategico Italiano puntiamo al collocamento nel 2016-17 ma non è escluso l'ingresso di altri azionisti per accelerare»

con il 2012, a cui si aggiungono 15 milioni dalle royalties dei segmenti bambino, beachwear e occhiali. Il margine operativo lordo (Ebitda) di 13 milioni è stimato in crescita quest'anno a 15 milioni a fronte di un incremento del 10% del fatturato. Per un'ulteriore crescita l'azienda - anche con Fondo Strategico Italiano, azionista di minoranza del grup-

po Zeis Excelsa - potrà guardare alla quotazione oppure all'ingresso di un altro investitore per accelerare i tempi. Proprio per questo la società diventerà autonoma come Dirk Bikkembergs Spa. «Stiamo cercando di mantenere i volumi nella vecchia Europa con una strategia di espansione della rete retail. Ad esempio abbiamo aperto 6 negozi in Spagna e uno show room in Germania, oltre che a Hong Kong, che si aggiungono a Milano, Parigi e Barcellona» osserva Pizzuti, precisando: «In Italia apriamo nelle città turistiche: a Milano, ad esempio, realizziamo il 90% del fatturato con clienti esteri».

Il mix geografico resta una carta vincente, tanto che l'80% dei ricavi Bikkembergs viene realizzato all'estero: «Nel 2013 abbiamo ridotto le vendite in Italia e in altri Paesi europei, ma al contempo siamo cresciuti in Asia, Medio Oriente, Russia ed Est europeo» afferma l'amministratore delegato della società. La scelta dei Paesi in



cui espandersi, però, resta molto oculata. Nonostante un interesse per il Brasile e una lunga visita in loco, Bikkembergs ha deciso di aspettare: «È un mercato non ancora adeguato per uno sviluppo dei marchi: dazi molto alti e costi nei mall elevati. Inoltre in Brasile c'è molta attenzione al mercato americano, quindi dobbiamo guardare prima agli Stati Uniti, partendo da New York e Miami».

A livello di sviluppo prodotti Bikkembergs si sta concentrando sulla collezione donna, che nel ne-

gozio di Milano rappresenta già quasi un terzo degli incassi. Pizzutti non esclude neppure l'ipotesi di crescita per linee esterne: «Stiamo studiando qualche dossier, ma sarebbe necessario trovare un partner che ci supporti nello sviluppo nel settore donna».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

www.moda24.ilsole24ore.com

"Chapeau, Madame": in mostra a Torino la storia dei cappelli 1920-70



Modelle. Le giocatrici dell'Inter femminile per un giorno indossatrici della collezione Dirk Bikkembergs AI 2014-15