

A&F **Economia** *Sistema moda*

Made in Italy

Florence, il polo dei sarti del lusso per fare grandi i piccoli artigiani

PAOLA JADELUCA

Francesco Trapani, Italmobiliare dei Pesenti e Fondo italiano d'investimento hanno dato vita a un hub integrato delle manifatture terziste delle griffe. Una filiera tracciabile e sostenibile

“ I quarto tassello è già stato posto, abbiamo firmato a fine dicembre una lettera d'intenti per rilevare un produttore specializzato in jersey, sarà la prima aggregazione di Florence, ma abbiamo già almeno altre cinque imprese con le quali stiamo trattando»: Gianpaolo Di Dio, chief investment officer di Fondo italiano d'investimento, non ha dubbi sulle potenzialità della holding Florence, il polo aggregatore di produttori terzisti della moda di lusso, destinato a servire i grandi marchi internazionali. Il polo è nato su iniziativa di Fondo italiano di investimento (partecipato da Cdp, Intesa Sanpaolo, Unicredit, Abi e Confindustria) con il private equity Vam Investments controllato da Francesco Trapani, ex ceo di Bulgari, insieme a Italmobiliare della famiglia Pesenti.

Un consorzio di investitori illustri che ha messo insieme tre realtà di punta della Toscana, Giuntini, Ciemmecci e Mely's, principali manifatture dei capi

di griffe come Burberry, Yves Saint Laurent, Chanel, Hermes e Loro Piana, per citare i più illustri.

«Si tratta di un'operazione finalizzata al consolidamento di un settore di eccellenza, destinata ad avere un impatto globale sull'intero sistema del Made in Italy, oltre che rafforzare le singole aziende», racconta Di Dio. E spiega: «Quella italiana è l'unica filiera

al mondo che copre tutte le categorie di prodotto finito, si estende dalle materie prime alle lavorazioni speciali e alla confezione, ma ha davanti a sé sfide molto difficili. È una filiera molto frammentata, dominata da aziende familiari, con una clientela sempre più esigente in termini di puntualità e flessibilità nelle consegne, di attenzione alla qualità della manifattura e dei processi aziendali, di elevato livello di servizio e, oggi più che mai di sostenibilità. Tutto questo si può affrontare solo costruendo network trasversali e integrati, tanto più dopo l'impatto del Covid. Il comparto ha molto sofferto du-

rante questi mesi. Un player integrato, con un portafoglio prodotti più ampio, una base clienti diversificata e una squadra di manager esperti è in grado di essere un interlocutore professionale per i grandi brand - supportandoli nel design e nelle collezioni - e di sopravvivere alle sfide globali».

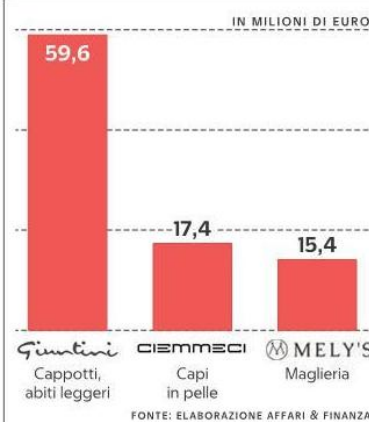
Le griffe del lusso, trainate dall'e-commerce e dalla Cina, hanno ripreso quota in Borsa. Ma prima che il mercato recuperi il terreno perduto ci vuole tempo. Ed è proprio la catena di approvvigionamento, la filiera che rischia di più. Si stima che un terzo, forse anche più, di quelle piccole e micro imprese chiuderanno.

I brand corrono al riparo. I nostri artigiani sono preziosi. Gucci per esempio, toscana per cuore produttivo, ma del gruppo francese Kering per testa finanziaria, a maggio ha avviato in partnership con Intesa Sanpaolo, un programma di supporto alla filiera, con progetti di crescita sul territorio, programmi di internazionalizzazione e di

rinnovamento delle strutture produttive, attraverso l'accesso a finanziamenti in tempi rapidi. Si era addirittura pensato, inizialmente, anche all'ingresso nel capitale stesso delle manifatture. «Chi era forte prima continua a guadagnare quote di mercato mentre le aziende più piccole combattono per la sopravvivenza», ha commentato Francesco Trapani durante Milano fashion global summit 2020, che si è svol-

I numeri

IRICAVI
FATTURATI DELLE TRE AZIENDE



L'opinione

Il progetto parte mettendo assieme tre grosse realtà: la Giuntini di Capannoli, la Ciemmecci di Empoli e la Mely's di Arezzo. Ma è solo l'inizio. Le famiglie originarie e i manager hanno quote nella società



to in digitale a fine novembre, nel corso del quale ha presentato il progetto Florence. Francesco Trapani, presidente di Florence, è il manager che ha portato alla crescita record Bulgari fino a traghettare il gioielliere romano nel gruppo Lvmh. Nella sua nuova veste di private equity è anche l'artefice del nuovo matrimonio tra Tiffany e Lvmh. Nel caso del progetto Florence, però, si muove in senso contrario: il primo vero hub industriale nel settore dell'abbigliamento di lusso che fungerà da aggregatore di una delle filiere core del Made in Italy. Aggregazione partita

mettendo insieme tre realtà differenti e complementari: Giuntini di Capannoli, Pisa, leader dei capispalla e outwear, con 400 mila capi all'anno e 3.000 prototipi, al 70% per Burberry; Ciemmecci di Empoli, specializzata in pelle e pellicceria, con Yves Saint Laurent principale cliente; Mely's di Arezzo, maglieria di alta qualità, con Hermes e Chanel che rappresentano oltre l'80% del fatturato. Attraverso la costituzione di una Newco le tre famiglie titolari delle tre aziende mantengono il 32,5% del capitale di Florence, nel quale è stato apportato un ulteriore investimento di 100 miliardi, e anche il management partecipa con lo 0,4%.

È solo il primo passo. L'obiettivo è estendere l'offerta tramite aggregazione di società operanti in altre tipologie merceologiche. Ecco il jersey, felpe e t-shirt, i rumor dicono che l'azienda con la quale è stata firmata la lettera di intenti sia la Cesari di Trevi, in Umbria. Nelle mire c'è il denim e il cosiddetto leggero, abiti da donna. Il piano prevede una successiva estensione ad altre categorie diverse dall'abbigliamento, come la pelletteria e le scarpe.

Tassello dopo tassello, si tesse un nuovo Made in Italy, più pronto ad affrontare i nuovi trend del mercato. Claudia D'Arpizio, membro del global board della società di consulenza Bain & Company, tra le principali esperte lusso a livello mondiale, stima che l'impatto del Covid sui piccoli sub-fornitori in termini di ridimensionamento attività e di chiusura porterà a un inevitabile consolidamento mentre, d'altro canto, i grandi brand si rivolgeranno a player più strutturati e finanziariamente più solidi, gap che apre prospettive di aggregazione. D'Arpizio ravvisa anche un cambiamento nelle politiche di approvvigionamento, per razionalizzare la struttura dei costi fissi, cosa che spinge anche i fornitori verso sinergie ed efficientamento. Il re-shoring, riportare vicino casa la produzione, avvantaggerà i fornitori premium europei. C'è poi la forte spinta alla digitalizzazione, sulla scia del boom dell'e-commerce. Ma la digitalizzazione è anche la base della tracciabilità della filiera, leva chiave della sostenibi-

lità produttiva, la nuova grande frontiera del fashion. E una piattaforma integrata su tutti i versanti produttivi consente il controllo totale, dall'origine delle materie prime al welfare dei dipendenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Francesco Trapani
Wam Investments



Gianpaolo Di Dio
cio di Fondo italiano d'investimento



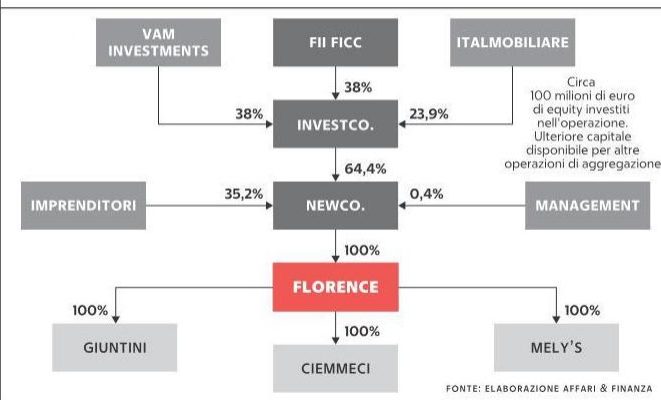
Carlo Pesenti
ad e dg Italmobiliare

1 Una fase di lavoro dell'azienda Ciemmecci di Empoli, una delle aziende confluite nel polo Florence

I numeri

L'ORGANIGRAMMA

COME È STRUTTURATO IL GRUPPO DOPO LE ACQUISIZIONI E LA CREAZIONE DI FLORENCE



Fonte: ELABORAZIONE AFFARI & FINANZA

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

