

Moda e lusso

Florence, cinque acquisizioni per il polo di terzisti —p.21

Abbigliamento di lusso, Florence accelera lo shopping di laboratori

Moda

Il gruppo guidato da Kiss si rafforza con l'acquisizione di altri cinque terzisti

Il primo bilancio chiuso con 145 milioni di ricavi, 400 milioni attesi nel 2022

Silvia Pieraccini

Gruppo Florence mette il turbo e chiude altre cinque acquisizioni di produttori di moda di lusso made in Italy, salendo così a dodici operazioni di M&A in un anno e mezzo. Nell'innovativo polo di terzisti nato per servire i grandi marchi internazionali, controllato al 65% da Vam Investments, Fondo Italiano d'investimento e Italmobiliare, entrano adesso la bergamasca Cam, l'aretina Elledue, la torinese Frediani, la perugina Pigolotti e Parmamoda, che possiede due stabilimenti a Parma e Rovigo.

Sono tutte aziende familiari di abbigliamento, specializzate in lavorazioni strategiche (dal capospalla agli abiti fino ai capi in jersey), che hanno piccole dimensioni (tra 5 e 10 milioni di fatturato a testa) e grande know-how. Insieme realizzano 35 milioni di ricavi e contano 300 dipendenti.

Florence ha acquisito il 100% del capitale delle cinque società, ma le famiglie fondatrici hanno reinvestito nella holding circa il 30% del valore dell'azienda conferita, operazione che - nello spirito del progetto - non disperde le competenze

e gli obiettivi di crescita.

Obiettivi che adesso diventano importanti. «Il Gruppo Florence ha chiuso il primo bilancio, quello 2021, con 145 milioni di fatturato e il 20% di ebitda - spiega il ceo Attila Kiss, una lunga esperienza nell'industria della

moda di fascia alta - e quest'anno salirà, a parità di perimetro, a 170 milioni. Ma le cinque acquisizioni di adesso, e le altre che contiamo di chiudere nei comparti dell'abbigliamento e calzature, porteranno il gruppo a superare a fine anno i 400 milioni di fatturato con oltre duemila addetti». Significa che sul tavolo ci sono già trattative 'pesanti'.

Nel 2023, poi, il progetto di creare un polo di terzisti di qualità che realizzano abiti, borse e scarpe per i brand dei gruppi Kering e Lvmh, ma anche per Hermes, Chanel e Burberry, si completerà e raggiungerà il traguardo della Borsa. «Prevediamo la quotazione a fine 2023 - spiega il ceo - con livelli di redditività che rimarranno intorno al 20% di ebitda. Sono convinto che l'aggregazione faccia bene alla filiera della moda, perché la frammentazione che esiste in Italia a un certo punto diventa un limite. Noi diamo stabilità ai terzisti, che non rischiano di avere troppe difficoltà se perdono un cliente, se va in crisi una categoria di prodotto o se devono gestire il passaggio generazionale, e portiamo stabilità ai brand che possono contare su fornitori solidi».

È questo meccanismo che, garantisce il Gruppo Florence, ha già prodotto risultati in termini di business: «Quasi tutti i nostri terzisti - aggiunge Kiss - in questi mesi hanno aumentato il numero di clienti perché i brand sono tranquilli nell'affidare loro le commesse».

La creazione di un gruppo stabile e strutturato è lo strumento giusto per preservare la filiera italiana anche secondo Francesco Trapani, presidente del Gruppo Florence: «Proseguiamo con successo il percorso di crescita - afferma - continuando a riscontrare un forte interesse da parte di imprenditori che riconoscono la bontà del nostro modello di business finalizzato a preservare la filiera italiana». Nonostante guerra, tensioni energetiche e scarsità di materie prime, Florence resta ottimista sul mer-

cato del lusso: «Sia il Covid che la guerra non sono un bene per nessuno - conclude Kiss - anche se il nostro settore è abbastanza resiliente. Per adesso il rallentamento è poco significativo, e i consumatori russi non sono in grado di mettere a rischio la crescita. Chi preoccupa di più è la Cina, che ha un impatto potenzialmente forte sul business. Per fortuna i cinesi, dopo qualsiasi stop, riprendono a comprare con slancio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Laboratorio fashion.

Un interno della Cam di Bergamo



ATTILA KISS
Ceo
del Gruppo
Florence

