

**GRUPPO FLORENCE  
ATTILA KISS,  
L'AGGREGATORE  
DI FILIERE MODA  
ALLARGA AI JEANS**



di **Daniela Polizzi** 9

# LA FILIERA DEI 21 IL GRUPPO FLORENCE SI METTE ANCHE I JEANS

## I numeri

**24**

**Famiglie**

I gruppi di industriali  
che si dividono il 35%  
del capitale del gruppo  
Florence

**500**

**Milioni di euro**

I ricavi 2022  
di Florence  
che raduna  
21 imprese

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



«**U**niamo gli imprenditori

che se la sentono di affrontare un'avventura assieme, più forti. E li mettiamo in condizione di essere sempre imprenditori ma di un nuovo gruppo». Attila Kiss è al timone del gruppo Florence, nome giovane del lusso italiano. Un'azienda fondata a ottobre del 2020 e arrivata in fretta a oltre 500 milioni di ricavi con un ebitda margin del 18% e oltre 2.200 dipendenti. L'ha costruita pezzo dopo pezzo con l'intenzione di creare una piattaforma industriale che lavora per i gruppi globali del lusso. Ha in sintesi aggregato la loro filiera, tutta made in Italy. Quella macchina produttiva — ma che punta anche molte carte sulla ricerca — parte integrante della filiera del lusso, tutta italiana, che alimenta gruppi come Kering, Lvmh, brand americani ma anche tanti italiani.

«Da soli si è più piccoli e fragili perché il terreno di gioco è grande», dice l'amministratore delegato.

Origini ungheresi, laurea in ingegneria gestionale al Politecnico, Kiss esordì come consulente e poi manager in Mandarin Duck, quindi andò in Balenciaga del gruppo Kering e in Ermanno Scervino. Poi, l'avventura con il gruppo Florence, lanciata assieme a Francesco Trapani, che di Florence è anche il presidente, il Fondo Italiano di investimento promosso da Cassa depositi e prestiti e la Italmobiliare guidata da Carlo Pesenti, che insieme detengono circa il 60%. «Assieme per dare una struttura alla filiera del made in Italy che gioca sullo scacchiere mondiale». Il gruppo è arrivato a un portafoglio di 20 aziende, con 24 famiglie di industriali che si dividono circa il 35% del capitale. Ora annuncia una nuova acquisizione. «Sono anche gli imprenditori che ci comprano — precisa Kiss —, visto che ciascuno di loro reinveste nel nostro gruppo circa il 30% del valore dell'azienda che si aggiunge alla nostra piattaforma». Ora Florence apre a Ideal Blue — la 21esima impresa sotto il suo cappello, tra abbigliamento, maglieria, pelletteria e calzature — che con poco meno di 30

**Attila Kiss**  
Amministratore delegato del Gruppo Florence

milioni di ricavi spinge il fatturato complessivo del gruppo a circa mezzo miliardo. In questo modo si unirà nell'avventura la famiglia

Moretti di Urbania, nella provincia di Pesaro-Urbino, con il fondatore Pietro e la seconda generazione rappresentata dalla figlia Silvia, già in azienda.

### Che cosa aggiunge questa acquisizione?

«Ideal Blue è leader nella manifattura tessile specializzata in capi in denim di lusso e lavora per i grandi gruppi mondiali, tanti francesi ma anche brand italiani indipendenti. Ha una conoscenza profonda della materia, è specialista nel trattamento laser per effetti speciali sui tessuti che consente di minimizzare i lavaggi e quindi riduce drasticamente l'inquinamento che nell'industria del jeans ha un impatto forte sull'ambiente. L'azienda realizza prodotti finiti per i grandi brand, è una delle più grandi, laosterremo sui mercati internazionali. E per il gruppo Florence questo investimento rappresenta un ulteriore tassello

## L'azienda toscana promossa da Trapani, Pesenti e Cdp è guidata da Attila Kiss e aggrega le società del lusso L'ultimo acquisto è la Ideal Blu di Urbania, denim

di Daniela Polizzi

per poter dire ai nostri clienti: siamo pronti a coprire anche questo prodotto».

### Come funziona l'aggregazione di un'azienda?

«Gli imprenditori entrano nel capitale nell'ambito di una quota di minoranza e si affiancano all'altro gruppo di investitori: Yam Investments, guidata da Trapani, che non è solo un investitore che mette risorse, fornisce anche competenze che vengono dalla sua esperienza nelle imprese del lusso. Poi ci sono il Fondo Italiano di Investimento e Italmobiliare che per mestiere sostengono le aziende più piccole cercando di creare dei campioni nazionali. Gli imprenditori hanno un ruolo nella gestione delle attività del gruppo, restano profondamente coinvolti. Quest'idea è nata anche da loro, dalla loro spinta ad aumentare le dimensioni e a inserire manager nelle loro aziende. Tre anni fa, le famiglie industriali Giuntini di Pisa, attiva nell'abbigliamento, l'aretina Sanarelli, fondatrice della Mely's nella maglieria, e le toscane Capezuoli, Ciampolini e Maltinti della Ciemmecc cercavano di strutturare le loro aziende, anche reclutando manager. Lì è iniziato tutto. Ho cercato investitori, esperti di lusso, made in

Italy, disponibili ad accompagnare il piano». **Qual è il progetto?**

«Abbiamo una filiera di industria al servizio dei big del lusso, che è la più forte del mondo. Ma ha bisogno di strutturarsi perché la sfida si gioca a livello planetario. La filiera produttiva per i "grandi" del settore vale 25 miliardi a livello locale, queste le dimensioni di un mercato che diventa sempre più competitivo. Molte di queste aziende fornitrici sono diventate di proprietà dei grandi brand, ma una parte significativa è ancora indipendente. L'intenzione del nostro gruppo è un po' quella di cucire assieme questa "fabbrica" che investe tanto anche nella creatività e nella ricerca per soddisfare la domanda dei grandi del lusso. È un mondo complesso, in cui questa filiera serve una sessantina di marchi mondiali, ciascuno dei quali ha bisogno tra cento e 300 fornitori in media. Florence adesso ha quasi tutta l'offerta per i grandi gruppi che così hanno un interlocutore unico, forte a livello finanziario».

### Che tipo di aziende cercate?

«Solo quelle sane, non facciamo salvataggi. Offriamo loro possibilità di sviluppo ampliando il numero di clienti, perché alcune di loro a volte concentrano su una sola griffe il 50% della loro attività. L'esposizione su un solo brand può costituire un rischio. Poi le supportiamo nei passaggi generazionali e diamo stabilità all'azienda, la aiutiamo a dare una risposta più strutturata ai clienti. Gruppo Florence ormai conta una grande diversità di imprese: consente loro una crescita armonica, condividendo metodi di lavoro. Abbiamo oltre 30 siti produttivi tra i quali quelli dove si producono le calzature di Lorenza, Novarese e Taccetti, l'ultimo entrato in scuderia, forte nella fascia alta di mercato tra Italia, Francia e Stati Uniti. Gruppo Florence è indicato per imprenditori che se la sentono di affrontare un'avventura assieme, più forti. Chi vuole stare da solo al comando, noi lo rispettiamo, ma la nostra è una scelta diversa. È la stessa differenza che c'è tra chi vuole giocare in una squadra di pallacanestro e chi preferisce il tennis».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Cerchiamo attività sane da rendere più forti, non facciamo salvataggi. Abbiamo oltre 30 siti produttivi