

# Dirk Bikkembergs a tutto sport verso 80 milioni

**Il brand, che fa capo al gruppo Zeis Excelsa, punta a crescere nel 2014 generando un ebitda di 14 milioni. Grazie al business plan studiato dal nuovo direttore generale, Francesco Tombolini, che vuole sviluppare il retail worldwide e il prodotto agonistico**

**P**oco più di un mese per avere le idee chiare sul cosa fare, dove migliorare e dove andare. In tutto questo tempo Francesco Tombolini, nuovo direttore generale di Dirk Bikkembergs, griffe controllata dal gruppo Zeis Excelsa, ha imparato a conoscere il brand tornando a legare la griffe con il mondo dello sport e a rafforzare la presenza sul mercato con nuove aperture per raggiungere, nel 2014, un fatturato di 80 milioni di euro per 14 milioni di ebitda. Come ha raccontato a *MFF* in questa intervista.

## Che azienda ha trovato al suo arrivo?

Ho trovato una realtà giovane, con tanta energia e con un bagaglio culturale e creativo incredibile.

## Quindi dove migliorare?

Abbiamo la fortuna di avere professionisti di grande profilo e partendo da questo possiamo cercare solo di allargare sempre di più la capacità del brand di emettere prodotti di qualità per consumatori di qualità. In che modo? Lavorando sui fondamentali della casa e sull'heritage della prima linea. Poi creando

un ambito produttivo con ancor più di qualità utilizzando al meglio le nostre due fabbriche gioiello, a Montegrano per le calzature e a Fossombrone per l'abbigliamento.

## Poi naturalmente ci sono le vetrine...

È un aspetto dove dobbiamo migliorare moltissimo. A oggi abbiamo circa 70 negozi, sette dei quali diretti, il focus è quello di trovare l'allineamento perfetto tra retail e azienda. Poi dobbiamo continuare la corsa sui

*continua a pag. 11*

*segue da pag. 1*

mercati emergenti, che significano il 50% del nostro business, senza dimenticare l'Europa, dove siamo molto forti, soprattutto in Italia, Spagna e Francia, che molti vedono come campi minati. Infine, dobbiamo arrivare a saper gestire mercati maturi e emergenti con la stessa efficienza.

## Prossime aperture?

Abbiamo appena aperto a Istanbul e a Montpellier, stiamo per offrire un franchising a Mosca e stiamo lavorando a un accordo molto significativo in Cina.

## E invece come volete muovervi per quel che riguarda i prodotti?

Vogliamo fare un prodotto sempre più jeans da un lato e calzature di qualità dall'altro dando una spinta molto importante sull'immagine. Sport e sexy sono generi stilistici che ci appartengono a pieno e sui qua-

li vogliamo lavorare.

## Avete allo studio piani di diversificazione o ampliamento dell'offerta?

Per ora stiamo lavorando su spin off di alcune linee di prodotto all'interno della nostra offerta, quindi abbiamo aperto un piccolo cantiere per studiare eventuali licenze per prodotti non strategici e contestualmente valutiamo anche la costruzione di un progetto accessori e legato alla qualità.

## State studiando cambiamenti per quanto riguarda l'ufficio stile?

Sono molto contento del lavoro e della professionalità di Hamish Morrow (anima creativa del menswear del brand, ndr). Non ho motivo di vedere all'interno dell'ufficio stile qualcosa di diverso da quello che c'è oggi. Semmai devo ammettere che il nostro mondo calzatura ha bisogno di un rinnovamento, ma più nel metodo di concepimento che altro, vorrei una creatività non necessariamente legata al concetto di vendita. Vorrei esplorare territori adiacenti anziché rafforzare quello che già abbiamo. Perché il nostro scopo è anche quello di cercare nuovi consumatori.

## Cosa significa oggi nuovo consumatore?

Oggi dobbiamo tener conto di un nuovo tipo di cliente, quello generazionale, che non deve essere per forza un giovane. Per prima cosa, per conquistarlo, dobbiamo usare il marketing per far vedere altre luci del nostro marchio che non sono conosciute. Ci piacerebbe rilanciare il discorso musicale, con la prossima nostra sfilata infatti organizzeremo un evento importante la sera del 13 gennaio durante **Milano moda uomo**. Poi ci piacerebbe tornare nel mondo del calcio che ultimamente avevamo abbandonato, e infine guardare agli sport emergenti, che tra l'altro ci condizionano stilisticamente.

## Che aspettative avete sul prossimo anno fiscale?

Innanzitutto siamo molto contenti del 2013, e per il 2014 prevediamo che Dirk Bikkembergs generi circa 80 milioni di euro di giro d'affari con un ebitda di 14 milioni di euro, mentre il gruppo Zeis prevediamo 136 milioni di euro con 16 milioni di euro di ebitda. Per noi sono obiettivi importanti, ma possiamo farcela. (riproduzione riservata) **Fabio Gibellino**

