

«Il Brasile e forse la Borsa nel futuro di Bikkembergs»

Il brand sfrutterà il Dna nello sport durante Mondiali e Olimpiadi 2016

Marta Casadei

«L'acquisizione di Bikkembergs, nel 2011, ha cambiato il volto del nostro gruppo. Siamo felici di aver colto questa grande opportunità. E lo rifaremmo». In barba all'incertezza economica generale, Maurizio Pizzuti, presidente e amministratore delegato di Zeis Excelsa, esprime soddisfazione senza riserve.

Il gruppo marchigiano - che produce i marchi di proprietà Docksteps, Cult e Virtus Palestre e commercializza su licenza Merrell, Samsonite footwear, Harley Davidson e Sebago - a metà del 2011 ha rilevato i marchi Bikkembergs: al gruppo dello stilista belga, infatti, era stata contestata un'evasione fiscale per oltre 110 milioni di euro. La vicenda, che si è conclusa poi

con l'annullamento delle cartelle esattoriali da parte della Commissione tributaria provinciale di Pesaro e con la riduzione del debito da 60 a un milione di euro da parte della Commissione regionale di Ancona, aveva fatto precipitare la produzione di Bikkembergs: «La licenza per la distribuzione delle calzature del brand nel mondo all'epoca rappresentava una grossa fetta del nostro business - dice Pizzuti - così abbiamo deciso di rileva-

re i marchi per curarne il rilancio, soprattutto all'estero».

La parola chiave, dal 2011 ad oggi, per Zeis Excelsa è stata una sola: investire. Anche grazie all'ingresso del Fondo Italiano d'Investimento - società nata nel 2010 su iniziativa del ministero delle Finanze, partecipata dalla Cassa depositi e prestiti e da diversi istituti bancari -, nella compagine societaria del gruppo di Montegrano. Oggi Bikkembergs incide per circa 80 milioni - ai quali si sommano 20 milioni di ricavi dalle licenze junior e occhiali - sul fatturato del gruppo Zeis, che ha chiuso il 2012 «in flessione del 7-8% ri-

spetto ai 140 milioni del 2011 a causa dello stallo del mercato nostrano» dice Pizzuti, ma che punta al raddoppio del giro d'affari nei prossimi 5 anni.

L'obiettivo, per quanto riguarda Bikkembergs, è quello di creare un marchio globale e fatturare 100 milioni nel 2013. Il focus è sui mercati esteri: «Dall'acquisizione abbiamo aperto oltre 40 punti vendita Bikkembergs nel mondo: l'abbigliamento del brand - a febbraio verrà presentata la terza collezione donna - è venduto per l'80% all'estero; per le calzature, invece, la percentuale scende al 50%». Tra i mercati chiave spicca la Cina: «Abbiamo appena inaugurato uno showroom a Canton - dice Pizzuti - e nel 2013 prevediamo di aprire 18 store sul territorio». La nuova frontiera, tuttavia, potrebbe

essere il Brasile: «Il 28 gennaio sarò a San Paolo: una piazza strategica per lo sportswear, specialmente se si considerano i Mondiali 2014 e le Olimpiadi 2016».

Nonostante il quadro economico poco incoraggiante, l'attenzione di Pizzuti rimane concentrata anche sull'Italia: «Nel 2012 lo store di Bikkembergs di Milano ha registrato un +25% in termini di vendite. L'85% di queste si deve alla clientela estera, ma lo scontrino medio è di 600 euro». Tra i piani del gruppo marchigiano ci sono aperture nelle principali località turistiche italiane: «Forte dei Marmi, Capri e Venezia sono le prime della lista» dice Pizzuti. Per quanto riguarda il gruppo Zeis, il futuro potrebbe riservare altre acquisizioni simili: «Siamo interessati a marchi di calzature donna di fascia alta - dice Pizzuti - ma per ora siamo anche molto concentrati sullo sviluppo di Bikkembergs. Abbiamo l'obbligo di crescere: il Fondo Italiano d'Investimento ci accompagnerà per un periodo. Poi si vedrà: magari andremo in Borsa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

