

Strategie

Zeis excelsa lascia Merrell e Samsonite per gli home brand

Maurizio Pizzuti rivela a *MFF* i motivi che hanno portato alla conclusione delle due partnership e i progetti per Cult, Doksteps e Virtus. **Andrea Guolo**

Zeis excelsa conclude le licenze di calzature Merrell e Samsonite, terminate con l'attuale autunno/inverno, per puntare sui propri brand. Dalla primavera/estate 2016, il gruppo di Montegranaro (Fermo) gestirà esclusivamente le collezioni Doksteps, Cult e Virtus palestre oltre naturalmente a Dirk Bikkembergs di cui, dopo la cessione del 51% alla holding cinese Canudilo, mantiene il 24,5% (vedere *MFF* dell'11 giugno). «Non abbiamo rinnovato due contratti in scadenza per ragioni differenti», ha spiegato a *MFF* il presidente Maurizio Pizzuti, «ma in entrambi i casi c'era un problema di volumi. Nel caso di Samsonite, le paia vendute erano insufficienti rispetto ai contenuti del prodotto, che abbiamo spostato nella collezione Doksteps recuperando i quantitativi già nella prima fase di sell-in». **E con Merrell, di cui dal 1999 eravate licenziatari per l'Italia, perché è finita?**

La proprietà americana ha puntato sull'outdoor, che in Italia vale 1,2 milioni di paia l'anno di cui 600 mila gestite dal leader Salomon e il resto suddiviso tra una ventina di concorrenti. Avremmo voluto rinnovare i contenuti lifestyle, oramai superati, ma le strategie del brand erano altre. Non valeva la pena tenere in piedi una licenza per 50 mila paia.

Come compenserete i mancati in-

troiti?

Con il marchio di proprietà Virtus palestre. Dopo aver affidato ad A.moda la licenza dell'abbigliamento, abbiamo sviluppato una collezione di scarpe che diventerà la nostra Merrell 2.0 e sulla quale ci giochiamo una partita importante con i nostri clienti consolidati. Inoltre, dall'a/i 2016-17, rilanceremo il marchio Sonora per il mondo dei boots. Infine c'è Cult, che negli ultimi anni è cresciuto del 500%. La scelta è puntare sui nostri brand e potenziare l'offerta per la donna.

Come vi muoverete sul fronte Dirk Bikkembergs?

Pur essendo una licenza, continuiamo a considerarlo un po' nostro. Con i cinesi del gruppo Canudilo c'è un ottimo rapporto, sono rimasto amministratore della società che gestisce il

marchio e il 2016 sarà un anno di forte sviluppo a partire da marzo, quando lanceremo il profumo creato con Perfume holding, che da solo varrà tra 3 e 4 milioni di euro e farà da traino ad altre categorie di prodotti.

Come chiuderete il 2015?

Con un grande risultato legato alla cessione del 51% di Bikkembergs, che ci darà una plusvalenza di 24-25 milioni da reinvestire sul core business. Come fatturato scenderemo da 100 a 70 milioni per effetto della chiusura della divisione abbigliamento, ma nel 2016 torneremo a crescere. (riproduzione riservata)



Un modello Bikkembergs

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

