



Soci. Maurizio Pizzuti con Yongfei Lin nello showroom Bikkembergs

M&A. Canudilo (Cina) finalizza l'acquisto **Bikkembergs pronto a conquistare l'Asia**

Marta Casadei

«Apprezzo la creatività italiana e la qualità del made in Italy, due caratteristiche che rendono Bikkembergs un marchio dalle potenzialità enormi: è sportivo, chic, fashion e sexy allo stesso tempo. Penso possa soddisfare al meglio le esigenze di una classe media cinese in piena espansione e, insieme, quelle di un consumatore globale». Yongfei Lin, presidente di Guangzhou Canudilo, gruppo da 200 milioni di euro retail quotato a Shenzhen, parla dopo aver finalizzato l'acquisto del 51% di Levitas, società cui fa capo il marchio Bikkembergs, 100 milioni di euro di fatturato aggregato nel 2014, 80 punti vendita nel mondo e un portale e-commerce attivo in 45 paesi.

Un'operazione da 40 milioni e 680 mila euro che oggi vede i precedenti proprietari dell'azienda, Zeis Excelsa di Maurizio Pizzuti e Sinv di Ambrogio Dalla Rovere - marchigiana e specializzata nella produzione di calzature la prima; vicentina, focalizzata sull'abbigliamento la seconda -, rimanere nella compagine societaria con una quota del 24,5% ciascuna e mantenere le rispettive produzioni in licenza.

«Si è trattato di un accordo complesso che speriamo rappresenti per le nostre aziende e

per tutti i licenziatari del marchio Bikkembergs una grande opportunità di sviluppo, in Asia e non solo», dice Maurizio Pizzuti, presidente e ad di Zeis Excelsa. Era stato proprio Pizzuti, nel 2011, a rilevare il marchio fondato da Dirk Bikkembergs nell'87, un'etichetta la cui genesi è maschile e legata al mondo del calcio e che, nel tempo, ha saputo abbinare le dimensioni sport e couture e declinarle nelle linee donna, junior, accessori, calzature. A gennaio verrà lanciato anche un profumo prodotto in licenza da Perfume Holding.

L'investimento iniziale è di 60 milioni di euro ed è fortemente indirizzato alla costruzione di un network retail: nell'area Greater China, che oggi assorbe il 3% del fatturato di Bikkembergs e dove l'azienda punta a inaugurare sei flagship store, e negli Usa, a partire dal 2016.

Il gruppo guidato da Mr Lin è specializzato nel retail moda e beauty di fascia alta: tra Cina, Hong Kong e Macao conta 300 negozi monomarca a insegna Canudilo e 100 boutique di alcune tra le più note griffe internazionali, tra cui Salvatore Ferragamo, Givenchy e Max Mara, oltre a due multibrand store da 3 mila metri.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

