

Economia & Imprese

Luxury living group punta a fashion e mercati emergenti

DESIGN

L'ad Gentilini illustra i piani di rilancio dopo l'ingresso di Lifestyle design

Portafoglio brand più ampio e faro sui nuovi ricchi di Africa e Sud America

Giovanna Mancini

Ritrovare la capacità di crescita portando nella scuderia nuovi brand rafforzando quelli già presenti, nel rispetto dell'equilibrio economico-finanziario. Andrea Gentilini è da poche settimane alla guida di Luxury Living Group, storica azienda forlivese dell'arredo di alta gamma acquisita lo scorso luglio dalla holding Lifestyle Design, ma ha già chiaro il percorso da seguire per sviluppare a pieno le potenzialità dell'azienda fondata negli anni 80 da Alberto Vignatelli (scomparso nel 2017), gravata negli ultimi anni da difficoltà finanziarie che l'emergenza Covid ha

acuito e fatto esplodere.

«Il mio obiettivo, oggetto del piano industriale che a breve presenterò in consiglio di amministrazione, è sviluppare a pieno le potenzialità di business di una realtà unica nel suo settore, specializzata nella produzione e distribuzione su licenza di arredi per conto di alcuni tra i più prestigiosi brand internazionali del lusso», spiega Gentilini. Il disegno immaginato da Lifestyle Design (la holding da 500 milioni di euro di fatturato, che controlla anche i marchi Cappellini, Cassina, Ceccotti e Poltrona Frau in Italia, Karakter in Danimarca, DZine, Janus et Cie e Luminaire negli Stati Uniti) è quello di creare anche nel mondo dell'arredo-design una realtà imprenditoriale in grado di fare quello che Luxottica fa nell'occhialeria.

Per riuscirci servono investimenti, competenze manageriali, contatti e capacità di trattativa che un'azienda attualmente in difficoltà come Luxury Living Group, che proprio nelle scorse settimane ha presentato il piano di concordato - difficilmente potrebbe sostenere da sola, ma che l'acquisizione da parte di Lifestyle

SOTTO LALENTE

90 milioni

L'azienda
Luxury Living Group, fondata a Forlì negli anni 80 da Alberto Vignatelli, è oggi un'azienda che conta circa 260 dipendenti e 500-600 fornitori dedicati. Nel 2020 il fatturato dovrebbe confermarsi attorno ai 90 milioni di euro, per il 95% realizzati all'estero

500 milioni

La holding
Lo scorso luglio l'azienda di Forlì è stata acquisita dalla holding Lifestyle Design (branch italiana del gruppo americano Haworth), una realtà che fattura oltre 500 milioni di euro e dà lavoro a 1.800 dipendenti. La holding controlla già i marchi Cappellini, Cassina, Ceccotti e Poltrona Frau (in Italia), Karakter (in Danimarca), DZine, Janus et Cie e Luminaire negli Stati Uniti

Design (a sua volta controllata dal gruppo americano Haworth, un colosso con fatturato superiore ai 2 miliardi di dollari e 8 mila dipendenti in tutto il mondo) rende ora possibile. L'azienda forlivese è considerata «altamente strategica e con ampi margini di crescita e di sviluppo internazionale», ha detto il ceo di Lifestyle Design, Dario Rinero, commentando l'ingresso di Gentilini, che alle spalle vanta un curriculum non soltanto nel settore design, ma anche nel segmento del lusso, essendo stato anche ceo del marchio emiliano Visionnaire: «Un mondo che ha delle regole precise, difficili da comprendere e interpretare se non ci lavori», osserva Gentilini.

Con circa 260 dipendenti diretti e 90 milioni di euro di fatturato, generati per il 95% all'estero, oggi Luxury Living Group comprende nel suo portafoglio i marchi Pendi Casa, Trussardi Casa, Bentley Home e Bugatti Home. «Il piano che stiamo definendo prevede la crescita attraverso il rafforzamento dei brand storici, ma anche tramite l'ingresso di ulteriori brand per arricchire la gamma, cercando di intercettare e interpretare



Artigianalità e innovazione.

La produzione negli stabilimenti di Forlì (nelle foto) unisce manualità e utilizzo di macchinari di ultima generazione



le aree di gusto ancora non soddisfatte dal mercato - spiega il nuovo amministratore delegato -, declinando i nuovi marchi secondo un progetto di lifestyle che è poi la grande capacità di quest'azienda da oltre 30 anni». Sono già in corso trattative con due maison del mondo fashion, che potrebbero concludersi nei primi mesi del 2021, anche se, al momento, non sono noti ulteriori dettagli.

Accanto all'estensione della gamma, il programma di Gentilini prevede anche una riorganizzazione dell'azienda, per accompagnarla verso una piena managerializzazione, e lo sviluppo di nuovi servizi in risposta alle esigenze del mercato. «Stiamo

lavorando in particolare per rendere più efficace la rete commerciale, rafforzando le filiali che già abbiamo negli Stati Uniti, in Cina, in Francia e, a breve, nel Regno Unito - dice il manager -. Il canale principale è e resterà il wholesale, che ci permette di raggiungere tutte le aree, accanto a un soft contract molto sofisticato, che ci vede impegnati nella realizzazione di progetti esclusivi chiavi in mano per clienti privati o per l'hotellerie di lusso. Accanto a questo, però, svilupperemo il canale retail diretto, destinato a prendere sempre più piede». Oggi il gruppo conta tre negozi gestiti direttamente negli Stati Uniti e tre in Europa, di cui due a Milano e uno a Parigi, che a marzo riaprirà dopo un intervento di restyling.

«Esportiamo la quasi totalità della produzione, soprattutto in Cina, Stati Uniti, Medio Oriente - precisa Gentilini -. In Europa in modo selettivo e poi vendiamo bene anche nei Paesi dell'ex Unione sovietica». Ma Luxury Living Group guarda anche ai nuovi mercati, come il Sud America e l'Africa, dove sta emergendo una nuova classe di persone estremamente agiate.

Una clientela che non ha risentito delle difficoltà portate dalla pandemia e infatti l'azienda di Forlì si prepara a chiudere l'anno con ricavi in linea con il 2019, in attesa di un 2021 di svolta, con nuove acquisizioni e il raggiungimento dell'equilibrio finanziario alla fine dell'estate, come stabilito nel piano di concordato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Aste sui beni strumentali, allo studio lo stop per le Pmi

IMPRESE IN DIFFICOLTÀ

Iniziativa in Parlamento di Pd, M5S e Forza Italia, perplessità dal Mef

Sara Monaci
MILANO

Un emendamento al decreto Ristori, in discussione nei prossimi giorni, potrebbe dare una boccata d'ossigeno ai piccoli imprenditori indebitati, che attraverso le aste rischiano di vedersi portar via quei beni strumentali (dai laboratori ai macchinari ai capannoni) con cui svolgono le attività. Un piccolo passo in questo senso era già stato fatto con la proroga dello stop alle aste sulle prime case, che ora potrebbe essere ulteriormente allungata. Adesso la nuova norma potrebbe fermare la vendita dei beni strumentali almeno fino a giugno. A proporla sono tre partiti, con formule diverse ma sostanzialmente con lo stesso scopo: il Movimento 5 Stelle, il Partito democratico e Forza Italia. Tuttavia non sarà facile, perché una relazione tecnica del Ministero dell'Economia ha scon-

giato l'emendamento, sostenendo di mettere in crisi i creditori. La partita è ancora aperta.

A chiederla sono soprattutto le associazioni artigiane e il mondo degli imprenditori cosiddetti esecutati. «Deve essere prorogata almeno sino al prossimo giugno la sospensione della messa all'asta degli immobili abitativi - dice Anna Conti, coordinatrice della neonata associazione in difesa dei debitori esecutati (Dde) - Questa volta però è necessario estendere il provvedimento agli immobili strumentali e alle merci, in quanto molte abitazioni rientrano nei beni aziendali o sono comunque essenziali allo svolgimento dell'attività imprenditoriale, indispensabili per lavorare e saldare il debito». La riflessione che sta alla base di questa richiesta è che molti piccoli imprenditori, già duramente provati dallo tsunami finanziario del 2008 con i conseguenti anni di crisi e di strette finanziarie, ora sono in ginocchio a causa della pandemia. Le aste immobiliari sono passate da 750 nel 2000 a 12.800 nel 2012 a 204.000 nel 2019 (dati ante Covid-19) e sono due milioni le posizioni bancarie bloccate. Se agli imprenditori vengono tolti anche i beni strumentali, li si condanna

a rimanere debitori o comunque a non rimettersi mai in piedi.

Per una volta maggioranza ed opposizione sembrano convergere. Il Movimento 5 Stelle, già paladino della norma introdotta a metà ottobre che blocca fino al 31 di dicembre tutte le esecuzioni immobiliari sulle prime case, è convinto della bontà della richiesta, così come Forza Italia. Meno netta la posizione del Pd, che ha al suo interno due anime su questo tema. «Diversi sondaggi del mondo Cna hanno rilevato che il 16% delle imprese rischia di non riaprire dopo la pandemia - dice Stefano Binda, segretario della Cna Lombardia - la battaglia per proteggere i beni strumentali è sacrosanta. Chiediamo la moratoria sulle aste e anche l'azzeramento delle imposte per il periodo di chiusura». «Per uscire dalla crisi serviranno le forze produttive del Paese - continua Conti -, quindi imprenditori, commercianti, partite Iva devono essere nella condizione di lavorare con profitto. Senza le officine, il capannone, il negozio, il ristorante, il magazzino, le merci e la casa non sarà possibile, produrremo solo nuovi clienti per il reddito di cittadinanza, a carico dello Stato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Piani hi tech e sostenibilità per il rilancio delle imprese

MAXI SONDAGGIO

Analisi sulle strategie di 250 aziende per superare i fattori critici della pandemia

In un momento in cui la pandemia si abbatte sui ricavi delle imprese, a fronte di una generalizzata riduzione dei budget, la stragrande maggioranza delle aziende ritiene che la digitalizzazione sia un'opzione oramai irrinunciabile per uscire dalle secche della crisi. La tendenza emerge da una ricerca condotta da Var Group (gruppo SeSa Spa) in collaborazione con doDigital, azienda specializzata in indagini e consulenza per l'innovazione digitale, condotta nelle settimane tra luglio e ottobre 2020, proprio tra il termine del primo periodo emergenziale e la "seconda ondata". Il campione selezionato è vasto: 250 Pmi italiane con fatturato compreso per il 70% tra 10 milioni di euro e 50 milioni e per il 20% oltre i 50 milioni ed è rappresentativo di diversi settori industriali e manifatturieri: agroalimentare, carta e packaging, GDO, manifattura, tessile e abbigliamento, mobili e arredamento,

servizi, chimica e farmaceutica. «La situazione emergenziale ha permesso alle aziende di focalizzare meglio esigenze e priorità e ha imposto un'accelerazione dei processi decisionali. - ha affermato Francesca Moriani Ceo di Var Group -. In questo contesto la trasformazione digitale diventa leva per uscire dalla crisi: le tecnologie digitali sono per tutti asset prioritari per ottimizzare il business, ma nella roadmap degli imprenditori a tendere c'è l'adozione di tecnologie innovative a partire dall'intelligenza artificiale e machine learning, IoT e big data. È fondamentale che a questo sforzo delle imprese per resistere alla crisi e rilanciare l'economia dopo l'emergenza, corrisponda un analogo impegno del Paese a realizzare le infrastrutture digitali necessarie allo sviluppo». Attraverso il rapporto e le interviste in profondità, la ricerca ha anche identificato le priorità digitali che le Pmi italiane considerano irrinunciabili nell'immediato e quelle considerate indispensabili a tendere, nei prossimi 3 anni.

Il 75% delle imprese considera come prioritaria la digitalizzazione dei percorsi di comunicazione e socializzazione delle informazioni e della co-

noscenza aziendale. L'esigenza cioè non è solo quella di ottimizzare lo smart working, ma riguarda tutti i processi trasversali anche esterni all'azienda: per esempio per gestire in modo più sostenibile i rapporti con i partner e i fornitori esterni. Le Pmi, poi, vedono AI e Big data nel proprio futuro. Solo il 35% circa delle Pmi adotta oggi tecnologie di gestione dei big data e data intelligence, ma sale a ben 52 la percentuale delle imprese che si aspetta di farlo tra tre anni.

«La necessità di "fare di più con meno" che ha caratterizzato l'intero periodo dell'emergenza sanitaria tuttora in corso, ha spinto le aziende a considerare le tecnologie digitali come strumenti fondamentali per operare con maggiore efficienza lungo la filiera produttiva e logistica e ad agire con maggiore efficacia nell'interazione verso i clienti - spiega Francesca Saraceni, Ceo di doDigital e ricercatrice sui temi di innovazione digitale - Tale risultato è da considerarsi importante perché le tecnologie digitali sono di fatto valutate dalle imprese come asset prioritari per fare efficienza e ottimizzare il business».

—R.E.L.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FRASSATI
FACILITY MANAGEMENT



Innovativi,
digitali e
affidabili.

TI
FACILITIAMO
LA VITA

LEADER NEL FACILITY MANAGEMENT

DIGITALI

Affrontare le sfide con un approccio digitale significa moltiplicare le opportunità per migliorare il nostro futuro.

Il Sole 24 Ore sceglie Frassati Spa come partner per la sanificazione delle proprie sedi secondo le Direttive del Ministero della Salute.

frassati@frassatispa.com
www.frassatispa.com