

# Ppr acquista Brioni Emigra in Francia un altro gioiello italiano

## Operazione da 218 milioni cash più maxibonus Il gruppo transalpino si rafforza nel segmento a più rapida crescita in Europa e in Asia

Marco Moussanet

**D**a ieri un altro pezzo d'Italia, di moda italiana, parla francese. Dopo dieci mesi di intense trattative il gruppo Ppr di François-Henri Pinault ha acquisito dai nove eredi dei fondatori il 100% della Brioni. Con uno sconto di circa il 10% rispetto alle cifre che erano circolate prima dell'estate: le due famiglie che detenevano l'intero capitale della società incasseranno 218 milioni cash (in due tranche) e un'altra cifra legata all'evoluzione del fatturato nei prossimi anni fino a un massimo di 98 milioni se entro il 2016 ci sarà un raddoppio dei ricavi (170 milioni nel 2010, circa 177 quest'anno), cosa tutt'altro che improbabile. «Certo non abbiamo comprato a prezzi di saldo - commenta Pinault - ma si tratta di un'operazione che risponde perfettamente ai criteri che stiamo seguendo per rafforzare il nostro polo del lusso intorno a Gucci: aziende piccole e medie con grandi potenzialità di sviluppo e complementari rispetto a quello che già abbiamo. Con la stessa logica continuiamo a guardarci attorno, soprattutto in Italia e Francia, gli unici

due Paesi dove ci sono realtà interessanti in questo campo». Per Ppr si tratta dell'undicesima acquisizione nel lusso (la terza quest'anno) e forse, dopo Gucci, la più significativa. Il gruppo non era ancora

presente in maniera importante nel settore dell'abbigliamento

maschile, uno dei mercati più dinamici nel mondo del lusso. In crescita del 9% quest'anno, a 24 miliardi, ormai ha quasi raggiunto l'abbigliamento femminile e sembra destinato a superarlo rapidamente, visto che il suo aumento annuo è del 2-3% superiore a quello della donna. «Da alcuni anni - spiegano i dirigenti di Ppr - siamo in presenza di un processo di masculinizzazione del mercato del lusso. E all'interno di questa evoluzione c'è una forte spinta del leisure wear di alto livello. È una tendenza forte in Europa, in particolare quella dell'Est, e nel Nord America, ma fortissima in Asia, Cina in primis».

Ben si capisce allora quali possono essere le prospettive di crescita - una volta inserita all'interno di un gruppo come Ppr, che ha ampiamente dimostrato la capacità di valorizzare i propri marchi - di Brioni, simbolo dell'eleganza e della classe italiana. I cui abiti hanno un prezzo d'ingresso intorno ai 2.200 euro nel prêt-à-porter, che però sale a 3.600 per i completi su misura (arrivando ai 15 mila di un classico in vigogna). Più alti cioè dei capi di Gucci e Bottega Veneta, altro fiore all'occhiello di Ppr.

Tre gli assi principali su cui verrà costruito lo sviluppo di Brioni: l'Asia, i negozi in pro-

prietà, gli accessori. Oggi il fatturato è realizzato per il 39% in Europa, 29% in Nord America, 9% in Russia, 4% in Giappone e 19% resto del mondo (sostanzialmente Asia). Una situazione destinata a essere ribaltata. Quanto ai punti vendita, oggi Brioni ne ha 74, di cui 42 in franchising, ma il rapporto cambierà rapidamente con l'apertura di nuovi negozi e probabilmente l'acquisizione di alcuni franchisee, perché i quattrini si fanno soprattutto con i negozi di proprietà. Infine gli accessori: scarpe, borse e pelletteria oggi rappresentano il 4-5% del fatturato. Le potenzialità sono evidenti.

Quanto agli azionisti di Brioni, erano da tempo alla ricerca di un acquirente. La liquidazione di un gruppo di soci nel 2007 aveva comportato debiti per circa 60 milioni, che erano andati ad aggiungersi agli altri 30, 20 dei quali per l'acquisto di un immobile a Milano. L'obiettivo, allora, era la quotazione. Che si è però bloccata con la crisi del 2008. Ed è partita la caccia all'acquirente, complicata dal numero dei famigliari coinvolti nelle trattative (si veda anche il pezzo a fianco). L'ha spuntata Pinault, che ha seguito personalmente la vicenda ed è molto interessato al know how artigianale dell'azienda. Nell'ambito della due diligence il gruppo Ppr è stato assistito dall'advisor finanziario Accuracy, mentre l'advisor legale, sempre dei francesi, è stato lo Studio Legale Bonelli Erede

Pappalardo.

Spetterà ora a Pinault - e a Francesco Pesci, Ceo da un anno e che resterà alla guida di Brioni - far cambiare il passo a un'azienda certo sinonimo di alta sartoria maschile (da Clark Gable a Barack Obama passando per James Bond) ma la cui redditività negli ultimi anni non è stata all'altezza della fama.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**A Milano.** Lo stilista di Brioni Jason Basmajian indossa un look della collezione p-e 2012. Il suo futuro non è stato chiarito

**Italia-Francia** L'acquisizione della griffe romana per 300 milioni

# Pinault conquista Brioni

## Ai francesi il sarto di 007

### Parigi: molte ambizioni per il marchio italiano

#### Manager e famiglie

Alla guida resterà il ceo, Francesco Pesci. Escono le famiglie De Simone, Fonticoli e Perrone

170

milioni di euro.  
Il fatturato del gruppo  
Brioni, rilevato  
dai francesi di Ppr

MILANO — Dopo mesi di trattative, lunedì a tarda sera sono state messe le ultime firme. Così, ieri, il colosso francese del lusso Ppr, guidato da François-Henri Pinault, ha potuto annunciare l'acquisto del 100% di Brioni. Non è stata resa nota la cifra del passaggio di mano anche se Pinault ha precisato che è stata «significativamente» più bassa di quella circolata in estate, quando Ppr e Brioni avevano raggiunto il primo accordo di massima. Allora si era parlato di 350 milioni di euro, compresi i 90 di debito. Oggi fonti vicine alla trattativa

indicano in 300 milioni (compreso il debito) la cifra pagata da Ppr per acquistare il 100% del capitale dalle tre famiglie discendenti dai fondatori — De Simone, Fonticoli e Perrone — dello storico marchio di abbigliamento maschile che nel 2010 ha avuto un fatturato di 170 milioni. Alla guida della società italiana resterà l'attuale amministratore delegato Francesco Pesci.

A interessare Pinault — a capo di un gruppo da 14,6 miliardi, che già controlla in Italia marchi come Gucci e Bottega Veneta — è il segmento di mer-

cato coperto da Brioni, l'abbigliamento maschile di alta gamma, di cui la società acquisita è leader e di cui, al contrario, Ppr era ancora carente. Il marchio indossato da alcune generazioni di James Bond cinematografici è, per esempio, la marca di prêt à porter maschile più apprezzata negli Usa secondo il Luxury Brand Status Index del 2011. Ma, soprattutto, la moda uomo è in crescita significativa sui promettenti mercati emergenti, come quelli asiatici, Cina in testa.

«Brioni — ha detto infatti ieri François-Henri Pinault — dispone di un savoir-faire artigianale di grandissima qualità ed è sinonimo di eleganza maschi-

le italiana. È la maison di riferimento nell'universo del prêt à porter e del "su misura" maschile. Sono particolarmente felice che entri a far parte del nostro prestigioso portafoglio di marchi di lusso. Nutriamo note-

voli ambizioni per questa maison, cui forniremo accesso all'insieme delle nostre esperienze e competenze per permetterle di scrivere una nuova pagina della sua storia, preservandone

l'identità». Ppr «è il partner ideale che permetterà alla maison di raggiungere nuovi traguardi nello sviluppo della sua attività e perpetuare un savoir-faire unico, restando fedeli ai valori di eleganza e raffinatezza che ci caratterizzano», ha aggiunto l'amministratore delegato di Brioni Francesco Pesci. Ppr ha preannunciato un importante programma di investimenti.

Dopo Bulgari, dopo Ferré, dopo Mandarin Duck (solo per citare tre casi diversi degli ultimi tempi), un altro marchio italiano, dunque, cambia proprietà. I capi di Brioni sono realizzati in otto siti produttivi in Italia, il cui centro è Penne, in provincia di Pescara. 1.800 dipendenti. «Il made in Italy non va via, assolutamente no — dice Antonella De Simone, figlia di uno dei fondatori dell'azienda —. Come famiglia c'è certamente dolore per il distacco, ma abbiamo pensato all'azienda, crediamo nel suo futuro e Ppr è il partner giusto. In questo mondo globale servono risorse, un motore, che non avevamo e che Ppr invece può certa-

mente fornire». Ppr è stata assistita dall'advisor finanziario Accuracy e dallo studio legale Bonelli Erede Pappalardo, mentre Brioni ha avuto come advisor finanziario Leonardo&Co e Lucciola&Partners e Tonucci come studio legale.

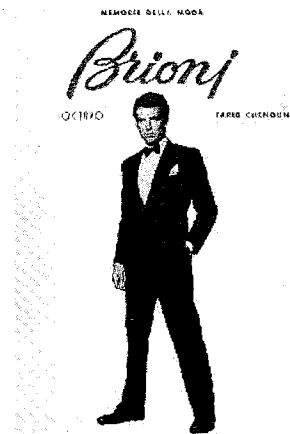
**Maria Silvia Sacchi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La storia

### Il gruppo

Brioni è leader nell'abbigliamento maschile d'alta gamma, segmento nel quale il gruppo Ppr



è carente.

### Testimonial

È stato fondato nel '45 da Nazareno Fonticoli e Gaetano Savini. Testimonial da sempre James Bond, interpretato con lo smoking della griffe da Pierce Brosnan (foto) e, da ultimo, Daniel Craig.



**La holding** François-Henri Pinault alla guida di Ppr

## **Brioni riparte con la francese Ppr**

**DI FRANCESCA SOTTILARO**

Riparte dal colosso del lusso Ppr la parabola di Brioni, marchio sartoriale di Benna (Pescara) fondato nel 1945 e che per primo nella storia della moda ha fatto sfilare una collezione maschile e introdotto colori diversi da quelli formali nei capispalla da uomo.

Ieri l'annuncio dell'acquisto da parte del colosso francese del 100% della casa di moda ad alto tasso di notorietà dai red carpet, ai set cinematografici (suoi i look del James Bond **Pierce Brosnan** nella foto) fino al gho-  
ta della finanza, accorso nell'estate 2010 al Castello Sforzesco di Milano per i 65 anni del marchio. «Abbiamo grandi progetti per un Brioni sinonimo dell'eleganza

italiana al maschile», ha detto ieri il presidente e ceo di Ppr, **François Henry Pinault**.

La cessione dell'azienda (assistita da **Accuracy** mentre l'advisor per i francesi è stato lo **Studio Bonelli Erede Pappalardo**), si concluderà formalmente nel 2012. Nel piano strategico dell'azienda, che nel 2011 ha chiuso la linea femminile, l'espansione nei mercati emergenti.

© Riproduzione riservata

