

## Lusso Tassinari (Gruppo Aeffe): «Flessibili e creativi, così maciniamo utili»

■ RIMINI

**NEL PRIMO TRIMESTRE** del 2018 il gruppo del lusso Aeffe ha raggiunto un utile netto di 11,3 milioni di euro (+39%), pari a quello dell'intero esercizio del 2017. «Questi numeri confermano l'ottimo andamento dello scorso esercizio - sottolinea Marcello Tassinari, direttore generale del gruppo -. I ricavi registrano una crescita del 20,3% a 95,2 milioni, mentre la progressione della marginalità operativa è ancor più significativa, con un Ebitda di 20,3 milioni (+32%)»

**Sorpresi di questi risultati?**

«Nessun effetto sorpresa almeno per noi. Sul versante del fatturato, siamo molto sicuri dell'appeal e della distintività dei nostri brand, mentre in termini di redditività e di risultato netto, la visione strategica, gli investimenti e i piani di efficientamento implementati negli scorsi anni, ci permettono di registrare una crescita della redditività più che proporzionale rispetto alla crescita del fatturato».

**Quali obiettivi avete per la chiusura dell'esercizio?**

«Date le dinamiche specifiche del settore, con collezioni che vengono presentate in anticipo di 6 mesi rispetto alla vendita, e con un modello di business improntato alla distribuzione *wholesale* (che pesa per circa il 70% del fatturato complessivo) possiamo guardare al futuro con una buona visibilità. Abbiamo in portafoglio una raccolta ordini per le prossime collezioni autunno/inverno 2018/19, che ha segnato +12% sul 2017/18».

**Ma previsioni se ne possono fare?**

«Stando con i piedi per terra, prevedo per il fine anno una crescita del fatturato del 10% e la conferma di un incremento più che proporzionale della marginalità grazie all'efficacia della nostra leva operativa».

**Per raggiungere questi obiettivi che cosa serve al vostro gruppo?**

«Il successo nel mondo della moda è il risultato della combinazione tra creatività, visione e managerialità con una prospettiva di medio-lungo periodo. Un gruppo come

Aeffe a vocazione internazionale richiede competenze complesse e diversificate, dal design alla manifattura alla rete commerciale».

**C'è un modello Aeffe che secondo lei può fare scuola?**

«È la fortissima coesione tra i fondatori e azionisti di riferimento e il team manageriale. Questo ci consente di essere flessibili, di cogliere le opportunità e affrontare le sfide in un'ottica di medio-lungo termine».

**E il ruolo degli azionisti?**

«Sulla coesione si basa la strategia di crescita del gruppo. Gli azionisti di riferimento, Massimo e Alberta Ferretti, ricoprono ruoli operativi fondamentali. E poi è coinvolta in azienda anche la seconda generazione, con Simone Badioli nel ruolo di amministratore delegato del gruppo».

**In sintesi?**

«Scelte decisionali condivise, nessun solista, ma un'orchestra ben diretta».

Alberto Pieri

**DIRETTORE GENERALE**  
Marcello Tassinari (ImagoE)