

I campioni del made in Italy

Aziende

Aeffe fa sfilare i conti e chiama all'unità «Fare squadra per essere più competitivi»

Il direttore generale **Marcello Tassinari**: dobbiamo resistere

Il gruppo possiede quattro grandi marchi del lusso e della moda: **Moschino, Alberta Ferretti, Pollini e Philosophy di Lorenzo Serafini**



di **Eva Desiderio**
 SAN GIOVANNI IN MARI-
 GNANO (Rimini)

«Questa crisi per colpa della difficile situazione sanitaria colpisce tutti. Bisogna cercare di vedere le situazioni con occhio proattivo, e pensare a cosa possiamo fare di meglio per essere più competitivi quando tutto sarà passato». Resistere e pensare, fare progetti coi piedi per terra, mettersi in discussione ma conservando una attitudine positiva: è questo il pensiero di **Marcello Tassinari**, direttore generale di **Aeffe S.p.A.** di San Giovanni in Marignano, da venti anni in questa posizione di responsabilità al fianco dell'azienda e della famiglia di **Massimo ed Alberta Ferretti** che l'hanno fondata. Il Gruppo **Aeffe**, quotato nel segmento **Star** di Borsa Italiana, possiede 4 marchi del lusso e della moda: **Moschino, Alberta Ferretti, Pollini e Philosophy di Lorenzo Serafini**. «E' fondamentale fare squadra - dice **Tassinari** che prima di diventare direttore generale nel 2000 era già in **Aeffe** come consulente - per non disperdere le energie e anzi incrementandole. Coi dipendenti, coi fornitori, coi clienti, con le istituzioni», racconta il manager commentando il bilancio 2019 appena firmato dal consiglio di amministrazione e diffuso pochi giorni fa.

Dottor Tassinari, come è andato questo 2019 per il Gruppo Aeffe?

«Il 2019 non è stato un anno facile, è stato un anno molto sfidante, in linea con le aspettative. Il 2018 invece era andato molto bene».

Ci indica i principali dati dell'ultimo bilancio?

«I ricavi consolidati sono pari

a 351,4 milioni di euro, rispetto ai 346,6 milioni di euro del 2018, con un incremento dell'1,4% a cambi correnti e dell'1,2% a cambi costanti. L'Ebitda con effetto IFRS 16 pari a 53,1 milioni di euro. E Ebitda al netto dell'effetto IFRS 16 pari a 36,6 milioni di euro (10,4% dei ricavi rispetto ai 43,3 milioni di euro del 2018 (12,5% dei ricavi). L'utile di Gruppo è pari a 11,7 milioni di euro, mentre l'utile di gruppo al netto dell'effetto IFRS 16 è pari a 12,3 milioni di euro, rispetto all'utile di 16,7 milioni del 2018. Noi dal 1 gennaio 2019 applichiamo il principio contabile internazionale IFRS 16».

E l'indebitamento finanziario?

«Quello comprensivo dell'effetto IFRS 16 è pari a 135,2 milioni di euro. L'indebitamento finanziario al netto dell'effetto IFRS 16 è pari a 39,4 milioni di euro, rispetto ai 31,3 del 31 dicembre 2018».

Come è andato l'abbigliamento e come sono andati gli accessori dei marchi del gruppo?

«I ricavi della divisione pret-à-porter sono stati pari a 262,2 milioni di euro, con un decremento dell'1,3% a cambi correnti rispetto al 2018. Le divisioni calzature e pelletteria hanno registrato un incremento dell'8,3% sia a cambi costanti sia a cambi correnti e al lordo delle elizioni tra le due divisioni ammontano a 128,2 milioni di euro». - Quali sono i principali mercati? «L'Italia con 160.865 milioni di euro, poi l'Europa con 86.890, Asia e resto del mondo con 86.020, America con 17.628 milioni di euro».

Qual è il marchio che è andato meglio?

«**Moschino** che ha registrato un aumento di vendite a +4,5%».

LA SPINTA

«La crisi dovuta all'emergenza sanitaria colpisce tutti. Pensiamo a cosa possiamo fare di meglio»



A sinistra nella foto tonda, **Marcello Tassinari**, direttore generale di **Aeffe**

E anche **Pollini** ci dà soddisfazioni tanto che abbiamo appena aperto il primo monomarca a Dubai. Per tutto il resto io sono ottimista, altrimenti avrei dovuto cambiare mestiere. Abbiamo 1300 dipendenti, che con l'indotto arrivano a 3000».

Quali sono i nuovi progetti?

«Lo sviluppo degli accessori, scarpe e borse, anche per **Alberta Ferretti** e **Philosophy di Lorenzo Serafini**. Abbiamo ottime prospettive».

Come state arginando questa emergenza Coronavirus?

«Prima di tutto proteggendo la salute dei nostri dipendenti. E poi mantenendo i nervi saldi. Abbiamo potenziato lo smartworking. Per la prossima collezione già in cantiere per tutti i marchi ci sono due turni di prototipia e modelleria, quan-

tra manovia interna». **Quante sono le boutique dirette nel mondo?**

«Sono 61 in tutto tra Europa e Stati Uniti, in Italia sono 35 le nostre boutique».

Lei è nella posizione di direttore generale di Aeffe da 20 anni. Questo vuol dire passione per il lavoro e fiducia da parte dell'azienda?

«Sì, queste sono condizioni fondamentali. Io sono romagnolo e pragmatico come la famiglia **Ferretti** e questo ci unisce. Ho sempre ragionato come se l'azienda fosse mia. Mi sento uno di casa. Con **Massimo Ferretti** che è il presidente esecutivo di **Aeffe SpA** lavoro ogni giorno insieme per risolvere i problemi, e così pure è ottimo il rapporto con la signora **Alberta Ferretti** e con suo figlio **Simone Badioli** che è l'amministratore delegato del Gruppo **Aeffe**».

© RIPRODUZIONE RISERVATA