

IL POLO DEL LUSSO DI SAN MAURO PASCOLI

Il calzaturificio Sergio Rossi punta a una forte crescita

Il ceo Sciutto parla di ripartenza da Milano e di aumenti fortissimi in Asia per il brand che dal giugno scorso è diventato di proprietà cinese

SAN MAURO PASCOLI

Il calzaturificio Sergio Rossi punta nel 2022 a realizzare un forte aumento del fatturato dello scorso anno. Lo storico marchio di calzature di San Mauro Pascoli, acquistato nel giugno scorso dai cinesi di Fosun che sono anche proprietari di Lanvin, punta a superare nettamente i numeri dell'anno scorso, archiviato con un fatturato di 60 milioni di euro.

Lo ha raccontato all'agenzia AdnKronos il confermato amministratore delegato Riccardo Sciutto, nei giorni scorsi a Milano per la presentazione della prossima collezione autunno-inverno. «È stato un 2021 molto bello - ha detto Sciutto -. C'è stato un cambio di proprietà, nuovi shareholders (azionisti, ndr) e soci e abbiamo registrato crescita fortissime sull'Asia e sulle-commerce».

Si parte da questi punti fermi «insieme alla fabbrica di San Mauro Pascoli, che è un gioiello e che produce oltre mille paia di scarpe fatte a mano ogni giorno, anche per altri marchi. E che racchiude la nostra duplice anima:



Il ceo Riccardo Sciutto e lo stabilimento della Sergio Rossi a San Mauro Pascoli



da un lato la capacità di innovare facendo pezzi d'arte e dall'altro di guardare al futuro».

Il marchio Sergio Rossi in tre mesi ha aperto 4 nuovi negozi e ha in programma di inaugurarne altri 8 nella sola Cina entro la fine dell'anno. «Abbiamo appena aperto un pop up store (negozio a tempo, ndr) bellissimo a Milano, in corso Matteotti - sottolinea Sciutto - che ogni 2 mesi presen-

terà qualcosa di nuovo, mentre apriremo a giugno inaugureremo un flagship (negozio di bandiera del marchio, ndr) in via della Spiga. Ripartiamo da Milano».

Il brand Sergio Rossi registra crescita significative in Giappone, dove è tra i marchi più forti per la calzatura, in Cina, Francia e Russia. E qui bisognerà vedere cosa succederà tra guerra e san-

zioni.

Ma la traiettoria disegnata da Sciutto nei giorni scorsi rimane di ottimismo: «Realizziamo un prodotto inventato da Sergio Rossi 71 anni fa per far sognare le donne e io devo continuare a farle sognare. Se siamo diventati paladini di un messaggio positivo, anche assieme ad altri brand, a maggior ragione oggi occorre essere ancora più ottimisti».

Per il brand tre cessioni dal 1999 in poi

La Sergio Rossi è passata in mani cinesi nel giugno 2021 ed è stata la prima volta che il colosso asiatico si è affacciato nel distretto del lusso di San Mauro Pascoli. L'acquisto del cento per cento dell'azienda è avvenuto da parte dei cinesi di Fosun Fashion Group, che hanno confermato il management con la guida di Riccardo Sciutto, che è anche presidente della scuola del Cercal. Fosun International Limited è una conglomerata fondata nel 1992, con un patrimonio di 99 miliardi di euro, presente in vari settori che vanno dal turismo allo sport, dalle assicurazioni ai prodotti farmaceutici. Nel suo pacchetto anche una sezione moda, la Fosun International, che controlla Lanvin, Wolford, St. John, Tom Tailor e l'italiana Caruso. L'obiettivo dichiarato al momento dell'acquisizione è creare un grande polo del lusso asiatico per fare concorrenza ai colossi francesi Kering e Lvmh.

Con quest'ultimo passaggio, la Sergio Rossi ha cambiato padrone per la terza volta in 22 anni, dopo la cessione da parte del fondatore che le aveva dato il nome, morto per Covid a inizio aprile 2020 all'età di 85 anni. Aveva venduto a Gucci (poi passato nell'orbita dei francesi di Kering) nel 1999, nel 2015 il brand era tornato in mani italiane con la holding Investindustrial, infine i cinesi.