

Claudio Rovere (Holding industriale)

«Niente paura. Il modello italiano non è replicabile»

Più che preoccupazione, Claudio Rovere ha piani di crescere ancora. I segnali in arrivo da Parigi non mettono in discussione la strategia impostata. «Certo — dice — le mosse di Lvmh o di Hermès fanno riflettere, soprattutto dopo le parole del presidente Macron. Ma gli investimenti francesi in Italia sono di lungo periodo. Lo vediamo nella nostra attività di tutti i giorni. Abbiamo iniziato lavorando per quattro-cinque marchi, adesso ne forniamo 15, quasi tutti francesi, e non riusciamo a stare dietro alle richieste. E questo accade anche alle altre società come la nostra, ogni mese dobbiamo rivedere i piani al rialzo. Molti produttori hanno chiuso in passato e siamo rimasti in pochi in



Scelte

Claudio Rovere, fondatore di Holding industriale, dedicata agli investimenti di lungo periodo nelle produzioni di alta gamma, automotive e comunicazione

un momento in cui c'è una grandissima richiesta di prodotti di eccellenza». Non solo. Stanno cambiando anche i concorrenti. «Se prima per fare un'acquisizione ci confrontavamo con altri fondi, adesso i nostri competitor sono direttamente i marchi del lusso. Uno di loro, per esempio, ci ha appena "portato via" un'acquisizione che davamo per fatta».

Perché questo sta accadendo sul mercato: le grandi firme stanno internazionalizzando le produzioni per poter far fronte alle richieste del mercato. Gucci, su tutte, considerando il successo che il marchio del gruppo Kering sta avendo: anche per il primo trimestre 2018 i suoi ricavi sono saliti del 37,9% a valori attuali (+48,7% a struttura e cambi comparabili).

Rovere è uomo del private equity convertito all'industria. Non a caso ha chiamato il suo gruppo Holding industriale, del cui capitale ha la maggioranza assoluta ma sul quale sono convogliati gli interessi di famiglie italiane ed europee. «Oggi — sostiene — c'è molta liquidità, la cosa difficile è trovare dove investirla». Per la sua struttura ha scelto tre ambiti — la moda, l'automotive e la comunicazione — dedicando a ognuno una propria sud-holding (Holding Moda, Air Top Italia e La Fabbrica) con l'idea, un domani, di poterle quotare singolarmente. L'obiettivo in numeri sono 100 milioni di ricavi ciascuna, con un margine operativo lordo del 20%.

È nella moda che ha fatto i passi più im-

de rilevare solo aziende produttrici e solo aziende senza marchio. Quasi un controsenso, considerato che la tendenza dei produttori da almeno un decennio è quella di diventare brand per distinguersi e non dipendere dal volere dei grandi gruppi. «La tentazione di dare un senso di brand può essere forte ma sarà una tentazione da cui staremo lontani perché bisogna fare scelte e restare coerenti. Essere produttore ed essere brand sono mestieri completamente diversi. Ci sono casi contrari eccellenti, ma sono eccezioni e sono soprattutto francesi. La specializzazione dell'Italia è quella di essere un Paese produttore, con il grande punto di forza dei distretti che la Francia non ha. Da noi si trova dal filato al prototipista al produttore fino a chi stira nei giro di pochi chilometri, un modello che è impossibile replicare altrove in breve tempo».

M. S. S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

portanti, e dove ha alcune altre trattative in corso. Il suo progetto è preciso: inten-

