

WWD. 07.06.2023

Prada e Zegna insieme per un'operazione di M&A (fusione e acquisizione)

I due gruppi italiani della moda hanno acquisito una partecipazione di minoranza nel maglificio Luigi Fedeli e Figlio.

MILANO — Il Gruppo Ermenegildo Zegna e il Gruppo Prada hanno nuovamente unito le forze, segnalando un ulteriore esempio di un atteggiamento collaborativo che sta emergendo sempre di più tra gli imprenditori della moda italiana, e l'importanza della maglieria di alta qualità nel segmento del lusso. Zegna e Prada hanno convenuto di acquistare una quota del 15 percento ciascuno in Luigi Fedeli e Figlio Srl. Luigi Fedeli, attualmente presidente e amministratore delegato di Fedeli, controllerà il restante 70 percento della società e manterrà le cariche attuali. Fondata nel 1934 a Monza, e ora supervisionata dalla terza generazione della famiglia Fedeli, l'azienda è famosa per la maglieria e i filati pregiati Made in Italy. Gildo Zegna, presidente e AD del Gruppo Ermenegildo Zegna, e Patrizio Bertelli, presidente e direttore esecutivo del Gruppo Prada, entreranno nel consiglio di amministrazione di Fedeli. “Questo accordo per l'acquisizione da parte del Gruppo Prada di una partecipazione in Fedeli rappresenta un investimento strategico per tutelare il know-how e la tradizione di un'eccellenza italiana nei filati pregiati”, ha commentato Bertelli. “Nel corso degli anni, l'acquisizione di storiche aziende italiane ha permesso al gruppo di creare una piattaforma di imprese tessili di lusso per garantire la massima qualità e tutelare l'unicità dell'artigianalità italiana”, ha aggiunto Gildo Zegna. “La focalizzazione di Fedeli sulla qualità e sulla sostenibilità ci ha avvicinato ulteriormente. Oltre a includere un'altra eccellenza artigianale nella nostra filiera tessile, questa acquisizione mi rende particolarmente orgoglioso perché sottolinea il nostro impegno per contribuire alla crescita di Fedeli e preservare e valorizzare l'artigianalità del Made in Italy.” Nel 2021, con quella che è stata sicuramente considerata un'importante nuova partnership e un segno di un maggior sforzo per proteggere l'esclusiva catena di fornitura del paese, le due aziende hanno unito le forze per acquisire la quota di maggioranza di Filati Biagioli Modesto SpA, specializzata nella produzione di cashmere e altri filati pregiati. “Ancora una volta, dopo l'acquisizione di Filati Biagioli, insieme al Gruppo Zegna, confermiamo il nostro impegno per un approccio basato sul lavoro collaborativo e di squadra nell'industria della moda e del Made in Italy”, ha continuato Bertelli. “Questa operazione rispecchia la filosofia che il nostro gruppo ha sempre seguito: controllo diretto della catena di fornitura in ogni singola fase del processo di produzione, che ci permette anche di accelerare sulla tracciabilità delle materie prime e sulla trasparenza della nostra filiera.” Zegna ha aggiunto in toni entusiastici che “per la seconda volta in due anni, vengo sostenuto in questo viaggio da un grande imprenditore dell'industria della moda italiana con cui ho in comune una passione per la ‘filiera’ e l'ambizione di creare un sistema attraverso partnership con gruppi italiani.” Luigi Fedeli ha dichiarato di “credere fermamente nell'Italia e negli accordi che uniscono gli operatori italiani. Inoltre, le potenziali sinergie identificate dai gruppi Prada ed Ermenegildo Zegna sono perfettamente allineate con la continua ricerca della qualità, l'artigianalità e l'innovazione di Fedeli. È un grande piacere unire le forze con due dei principali gruppi del settore e continuare a sviluppare un'eccellenza tutta italiana.” La transazione è soggetta all'approvazione della Commissione Europea in virtù del Regolamento CE sulle fusioni. La scena delle fusioni e acquisizioni in Italia ha preso slancio, ma sta anche evolvendo in partnership e piattaforme con sfumature diverse, destinate a sostenere un canale di rifornimento manifatturiero che è sempre più rilevante, però anche più a rischio dopo la pandemia di COVID-19. Nell'operazione annunciata martedì sera, la tutela è rivolta non a un fornitore ma a una singola azienda e un singolo marchio controllato da una famiglia. “Vogliamo affiancare l'azienda e aiutarla a crescere”, ha detto Zegna, sottolineando che la vendita non è correlata a eventuali difficoltà finanziarie in Fedeli. “Anzi, è un'azienda solida con risultati eccellenti, e sta registrando una crescita eccezionale.” Luigi Fedeli ha dichiarato che in due anni l'azienda ha raddoppiato le vendite, raggiungendo nel 2022 i 22 milioni di euro. “Conosco Gildo da anni, siamo sulla stessa lunghezza d'onda in termini di prodotto e di mentalità. C'è un'alchimia [con i partner], non è solo questione di numeri”, ha spiegato Fedeli. “Sì, l'alchimia è

importante, abbiamo iniziato a parlare [di una potenziale operazione] prima del COVID-19, che ci ha rallentati”, ha spiegato Zegna. “Il marchio è molto famoso e apprezzato per la maglia e per il jersey. Ne sono io stesso un consumatore, e mio padre mandava sempre i suoi ordini su misura.” Zegna ha espresso una forte fiducia in Fedeli. “Possiamo delineare una strategia ma è prematuro parlarne ora, abbiamo firmato l’accordo solo oggi. Tuttavia, posso dire che è più forte nell’abbigliamento maschile, mentre quello femminile è ancora in fasce, c’è molto da fare, e l’Asia rappresenta ancora una piccola parte”, ha suggerito, indicando segmenti e mercati con un forte potenziale di crescita. Gli USA sono cresciuti diventando il primo mercato del marchio e Fedeli attribuisce il fatto a una presenza locale, creata dal figlio Niccolò, che ha aperto due showroom negli Stati Uniti. “Il nostro gusto è molto in linea con quello dei clienti americani, condividiamo la stessa idea di prodotto di alta qualità”, ha osservato Fedeli. Attraverso l’eponimo marchio, Fedeli è distribuito in 13 boutique monomarca in città come Milano e Cannes, otto punti vendita in franchising in Corea del Sud, e oltre 400 negozi multimarca in tutto il mondo, da Mitchells a Neiman Marcus e Stanley Korshak, tra gli altri. “È uno sviluppo significativo e vogliamo essere sicuri che quel marchio rimanga italiano per sempre, ha un valore storico”, ha sottolineato Zegna. Nell’operazione con Biagioli Modesto, Prada e Zegna hanno acquisito una partecipazione del 40 per cento ciascuno nell’azienda, che ha sede a Montale, alle porte di Pistoia. La famiglia fondatrice, i Biagioli, hanno conservato una quota del 15 per cento e il restante 5 per cento è controllato da Renato Cotto, che ha assunto il ruolo di AD. All’epoca, Gildo Zegna e Bertelli spiegarono le ragioni dell’accordo, indicando l’obiettivo di garantire continuità all’eccellenza dell’azienda acquisita e di salvaguardarne il know-how. In qualità di imprenditori e industriali, credono anche entrambi nello sviluppo della loro catena di produzione Made in Italy garantendo una qualità assoluta in ogni fase del processo di produzione. Tra altri esempi di M&A in Italia ci sono l’acquisizione di Stone Island da parte di Moncler o l’acquisizione di Jil Sander da parte di OTB di Renzo Rosso. A maggio, prima operazione del genere per Chanel e Brunello Cucinelli, le due aziende hanno siglato una partnership per l’acquisizione di una partecipazione del 24,5 per cento ciascuna nel produttore italiano di cashmere Cariaggi Lanificio SpA. Si tratta di un nuovo sviluppo di un accordo firmato l’anno scorso da Cariaggi e Cucinelli, prima operazione M&A di questo genere del secondo. All’epoca, Cucinelli aveva rivelato che stava acquisendo una partecipazione del 43 in Cariaggi, suo fornitore di cashmere di lunga data. Se negli anni Chanel ha acquisito partecipazioni in 40 fornitori, 15 dei quali hanno sede in Italia, è la prima partnership con un altro marchio di moda affermato.