

Assetti

MISSONI CRESCE A DOPPIA CIFRA CON LA FINANZA

Il fondo Fsi guidato da Maurizio Tamagnini vede rosa per il rilancio dello storico marchio italiano

«Il nostro investimento in Missoni è la testimonianza di quello che si può fare mettendo insieme la finanza e le belle aziende del Made in Italy». Così Maurizio Tamagnini, ceo di Fsi-Fondo strategico ita-

liano, ha raccontato al MFGS-Milano fashion global summit 2019 l'ingresso nel capitale della storica casa di moda avvenuto nel giugno 2018. «Con le tre generazioni della famiglia, che continua a dare un contributo molto importante dal punto di vista della gestione, siamo riusciti a coniugare ciò che il marchio rappresenta e le grandi opportunità di crescita già proprie dell'azienda con la nostra benzina, che ha permesso di sviluppare questo potenziale tramite nuovi prodotti e negozi in giro per il mondo», ha spiegato l'executive nel corso del suo intervento.

Assieme a lui, a fare le veci della famiglia, Margherita Maccapani Missoni, che è tornata in azienda in qualità di direttore creativo di M Missoni, la cui prima collezione ha debuttato durante Milano moda donna. «La presentazione della mia prima collezione, che ha coinciso con il rilancio del brand, si è svolta in giro per la città su tram richiedendo una logistica ambiziosa, ripagata con



Maurizio Tamagnini con Margherita Maccapani Missoni

un ottimo riscontro commerciale e mediatico. È stato un momento importante per la storia della nostra azienda e per la moda italiana», ha dichiarato la stilista. «La presenza di un investitore come Fsi è stata determinante per farmi scegliere di tornare, perché ci ha dato una governance che non avevamo e in un'azienda come la nostra è necessario avere persone esterne al nucleo familiare nel board. Inoltre ci ha fornito strumenti finanziari che prima non avevamo per poter competere», ha aggiunto. Nel corso dell'intervento è poi emersa la problematica che molti gruppi italiani a conduzione familiare incontrano davanti ai passaggi generazionali o all'eventualità di dover interagire con strumenti esterni, contrariamente a quanto accade con i grandi conglomerati francesi. «L'Italia è un Paese, dal punto di vista imprenditoriale, relativamente giovane. Il 90% degli imprenditori sono ancora di prima generazione e guardano al capitale di rischio come l'ultima

medicina da prendere dopo aver provato tutto il resto», ha proseguito Tamagnini. «Ma vorrei lanciare un messaggio di concreta possibilità di fare un passaggio graduale senza sacrificare la continuità familiare né la crescita dell'azienda. Nel caso di Missoni, che già andava bene, i primi risultati di questo investimento di lungo periodo stanno dando grandi soddisfazioni. L'azienda sta crescendo a doppia cifra grazie ai nuovi prodotti e negozi, M Missoni è tornato in azienda, mentre prima era in licenza, e nel 2020 ci sarà un grande sviluppo della linea per la casa», ha concluso. (riproduzione riservata) **Federica Camurati**

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

