

Grandi store

È la metamorfosi dei magazzini **Ovs** verso il fast fashion di qualità. Mentre quelli con insegna **Coin** offrono il lusso accessibile. L'ad del gruppo, **Stefano Beraldo**, anticipa i progetti di borsa e le nuove aperture. E i piani per affrontare Zara e gli altri colossi stranieri | **Raffaella Galvani**

Da low cost a chic

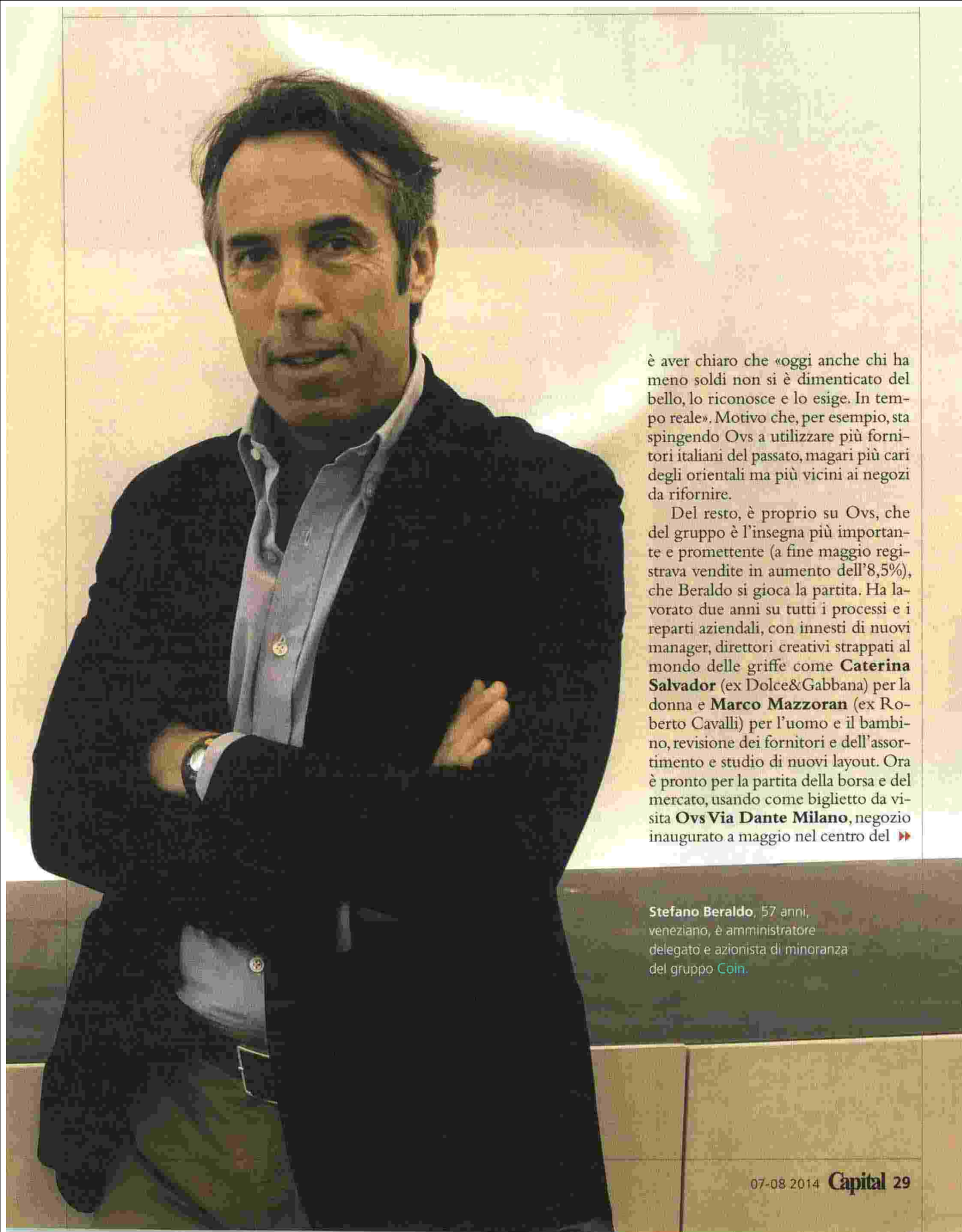
L'HANNO CHIAMATO L'UOMO DELLA PIOGGIA, che nel gergo degli studi legali è chi porta i clienti più remunerativi e i profitti più alti. Di certo **Stefano Beraldo**, 57 anni, amministratore delegato e azionista di minoranza del gruppo **Coin**, a rimettere in attivo i conti è riuscito fin dal 2005, quando ha preso le redini di una società in grave perdita che la famiglia fondatrice, i **Coin**, era stata costretta a vendere al fondo **Pai Partners**, al quale è subentrato nel 2011 il fondo **Bc Partners**, attuale socio di maggioranza. «La società andava male in passato, quando le cose in Italia andavano bene, e la sfida si è fatta più dura con la crisi», ricorda Beraldo. Crisi che morde ancora. Eppure, proprio ora il manager vede più rosa. Al punto di progettare sbarchi in borsa con la divisione di fast fashion **Ovs**, che insieme a **Upim** a settembre verrà scorporata in vista della quotazione di novembre con l'advisor **Lazard**. Prevede inoltre nuovi negozi con le varie insegne. E si

impegna ad assumere 400 giovani nel 2014, di cui 200 solo per **Ovs**. «Siamo stati in guerra, con un mercato dell'abbigliamento che in due anni è passato in Italia da 29 a 24 miliardi di euro. Però abbiamo tenuto botta e, ora che la decrescita sta rallentando, siamo pronti a ripartire», assicura convinto.

Certo, le armi non si possono ancora deporre, il settore della moda in Italia è tuttora in rosso (meno 3% nei primi 5 mesi del 2014). E gli avversari aumentano ogni giorno: ai colossi esteri del fast fashion come la spagnola **Zara** (gruppo **Inditex**) e la svedese **H&M** stanno per aggiungersi i francesi di **Galeries Lafayette**, che apriranno un grande magazzino su quattro piani nel centro commerciale **Westfield Milan** di Segrate, vicino a Linate. E la catena tedesca di hard discount **Lidl** si è da poco accordata con la griffe catalana **Custo Barcelona** per vendere abbigliamento a marchio **Growing** nei suoi supermercati. Tuttavia Beraldo crede nella ripresa

e, soprattutto, crede nella potenzialità del suo gruppo: «Alle esigenze di risparmio delle famiglie abbiamo scelto di rispondere con i negozi **Upim**, con un taglio dei prezzi del 25% nel secondo semestre 2013, al quale è seguita quest'anno una nuova limatura del 15-20%». All'opposto, per chi vuole e può permettersi il lusso sono nati i mall **Excelsior** di Milano e Verona. «Palestra per conoscere il mondo delle griffe che ci è stata utile per lanciare **Coin Excelsior**, un grande magazzino del lusso accessibile che si propone di portare in Italia la formula del department store che troviamo a Parigi o New York, con moda, gioielli e food». Il primo è stato inaugurato in aprile a Roma, poi sarà la volta di Venezia (nel 2015, in coincidenza dell'Expo), seguita da Firenze, Napoli, Genova. Inoltre, nove mesi fa il gruppo ha rilevato il marchio **Eat's** per aprire food store, caffè e bistrot nei punti vendita **Excelsior** e **Coin Excelsior**.

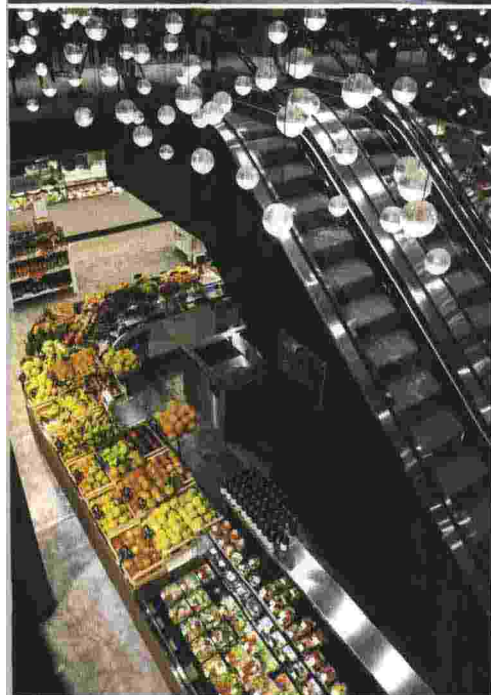
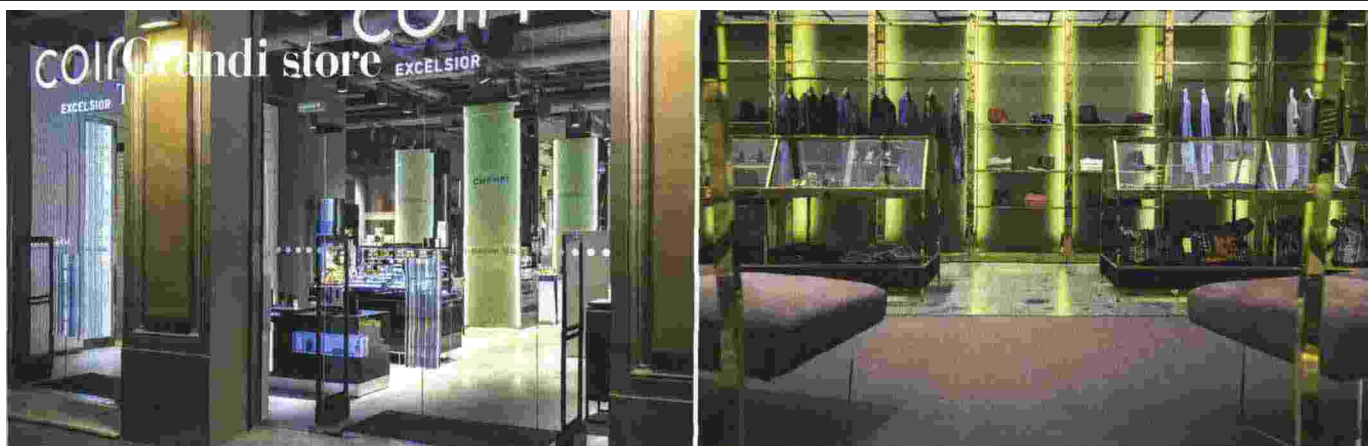
L'importante, secondo il manager,



è aver chiaro che «oggi anche chi ha meno soldi non si è dimenticato del bello, lo riconosce e lo esige. In tempo reale». Motivo che, per esempio, sta spingendo Ovs a utilizzare più fornitori italiani del passato, magari più cari degli orientali ma più vicini ai negozi da rifornire.

Del resto, è proprio su Ovs, che del gruppo è l'insegna più importante e promettente (a fine maggio registrava vendite in aumento dell'8,5%), che Beraldo si gioca la partita. Ha lavorato due anni su tutti i processi e i reparti aziendali, con innesti di nuovi manager, direttori creativi strappati al mondo delle griffe come **Caterina Salvador** (ex Dolce&Gabbana) per la donna e **Marco Mazzoran** (ex Roberto Cavalli) per l'uomo e il bambino, revisione dei fornitori e dell'assortimento e studio di nuovi layout. Ora è pronto per la partita della borsa e del mercato, usando come biglietto da visita **Ovs Via Dante Milano**, negozio inaugurato a maggio nel centro del ▶

Stefano Beraldo, 57 anni, veneziano, è amministratore delegato e azionista di minoranza del gruppo **Coin**.



Sopra, i mall **Coin Excelsior** di Milano, in Galleria del Corso, ed **Excelsior** di Verona, in via Mazzini; a sinistra, immagini di **Eat's** dell' **Excelsior** di Milano e **Ovs Via Dante** Milano.

► capoluogo milanese con collezioni speciali, arredi sofisticati, camerini virtuali, assistenti alla vendita muniti di iPad: un format che in un paio d'anni sarà esteso a una trentina di negozi già esistenti e a quelli aperti in futuro. «La sfida è diventare un riferimento autorevole per la moda anche nella donna, così come lo siamo nell'uomo e nel bambino», spiega.

Sul gruppo pesa un indebitamento finanziario netto di 851 milioni, quindi i proventi della quotazione («Si parla del 30% del capitale, ma se le condizioni saranno interessanti potrebbe essere di più», anticipa fiducioso Beraldo) serviranno a riequilibrare la posizione finanziaria, oltre che a riprendere lo sviluppo (**80 nuovi Ovs** sono previsti in Italia solo nel 2014) rallentato dalla crisi. Senza strappi avventurosi. Così, se gli si chiede se vuole fare di Ovs la Zara italiana, con negozi sparsi in tutto il mondo, il manager frena: «Oltre confine siamo forti con i negozi del

I negozi del gruppo **Coin**

Ovs	569
Ovs Kids	156
lanà	150
Upim	156
Coin	101
Blukids	68
Bernardi	47
Excelsior Milano	2
Totale	1.249

Top ten delle vetrine d'abbigliamento

	Valore %*
Gruppo Coin	7,67
Negozi tradizionali	29,03
Outlet	4,98
Gruppo Calzedonia	3,72
Gruppo Benetton	3,55
Gruppo Inditex (Zara e altri)	3,1
E-commerce	2,28
H&M	1,94
Gruppo Max Mara	1,6
Decathlon	1,59

* quote mercato abbigliamento gennaio-dicembre 2013, fonte Sita ricerche.

bambino Ovs Kids, insegna che copre oggi la metà dei 133 punti vendita esteri della rete e rappresenterà molte delle 42 aperture extra Italia previste per Ovs nel 2014, ma l'estero non è la mia priorità. Da gruppo leader devo prima crescere sul mercato nazionale, e lo spazio c'è, visto che in Italia Ovs ha una quota del 4,8%, ancora lontana dal 13% del gruppo Inditex in Spagna e dall'11 di H&M in Svezia».

Insomma, prima di progettare aperture a Londra o Parigi si pensa a città come Parma e Modena, ovvero i ricchi centri della provincia italiana. «Oltre confine ci stiamo facendo le ossa in paesi come la Serbia, la Croazia, la Polonia e Cipro», conclude Beraldo. Ma poi si lascia scappare che di **Londra** ha parlato con i soci durante la visita all'Ovs di Milano Via Dante. «Per ora un sogno, non un progetto. Comunque il modello di business è quello giusto, e allora perché non sognare?». □

