

Parla l'amministratore delegato

Beraldo: "La stessa qualità ma a prezzi dimezzati Così Ovs rilancerà Stefanel"

"Vogliamo rafforzare il digitale, ma anche aprire negozi nelle principali città italiane"

di Sara Bennewitz

MILANO - Stefano Beraldo, amministratore delegato di **Ovs** e fautore del rilancio di tante insegne tricolori tra cui quella di **Coim**, è già al lavoro su rilancio di Stefanel. Ieri **Ovs** ha rilevato dal fallimento per 3 milioni di euro il marchio italiano di maglieria nato nel 1960 a Ponte di Piave, 23 negozi e le persone che lavorano nella sede centrale e nei monomarca.

Ma il gruppo quotato in Borsa, che a breve si appresta a perfezionare un aumento di capitale da 80 milioni, non esclude neppure a breve nuove acquisizioni di catene tricolori. «Tra la nostra sede a Mestre e quella storica di Ponte di Piave ci sono trenta chilometri - spiega Beraldo - e confido che i dipendenti di Stefanel siano pronti a seguirci in questa nuova avventura e a partecipare con noi al rilancio di questo marchio fantastico, che ha una notorietà e un potenziale straordinario».

Stefanel è in difficoltà finanziarie da anni, sia per la forte competizione di colossi tra cui Zara e H&M, sia per alcune scelte strategiche sbagliate, come quella fatta nel 2008 per riposizionarsi su un segmento di più alta gamma. «Vogliamo riportare Stefanel alle origini, realizzando capi di maglieria di qualità al miglior prezzo: e dicendo così intendo a un posizionamento superiore rispetto all'attuale offerta di **Ovs**, ma inferiore del 50% rispetto a quello di oggi - spiega Beraldo - crediamo di poter offrire la stessa qualità a prezzi più



▲ **L'ad**
Stefano Beraldo ad di **Ovs**, il gruppo che ha rilevato Stefanel

accessibili perché essendo un gruppo più grande possiamo realizzare sinergie di scala e approvvigionarci a costi molto inferiori. Per il cachemire, ad esempio, ci riforniamo in Mongolia dallo stesso fornitore di Uniqlo. Infine siamo convinti che la creatività e il gusto di Stefanel possano tornare a riconquistare i clienti che si sono persi nel tempo, perché il rapporto qualità-prezzo non era più accessibile come un tempo».

Oltre a rafforzarsi in Italia **Ovs** conta anche di riportare Stefanel in Europa, partendo dal canale online e siglando accordi con i principali marketplace a cominciare da Zalando. «Adotteremo fin da subito una strategia multicanale - prosegue l'amministratore delegato - puntiamo a rafforzare il canale digitale, soprattutto all'estero, facendo leva su Paesi come la Germania e la Polonia dove il marchio Stefanel è molto apprezzato». In Italia, dove la gestione **Ovs** parte da 23 monomarca, il rilancio partirà dai negozi, sia a gestione diretta che in franchising. «Vogliamo aprire un negozio Stefanel in tutte le maggiori città italiane - precisa l'ad di **Ovs** - stiamo lavorando al nuovo format, ed entro l'autunno contiamo di aprire tra i quindici e i venti ulteriori punti vendita».

Quanto al prodotto, oltre ad avere un prezzo più accessibile, Beraldo conta di riportare Stefanel a concentrarsi su una maglieria di qualità dai colori neutri «con un look contemporaneo e qualche tocco leggero di trasgressione». **Ovs** che ha già rilanciato con successo **Blukids**, **Upim** e **Melablu**, ha allo studio nuove acquisizioni tra cui **Conbipel**. «Stiamo valutando alcuni progetti interessanti - conclude Beraldo - sono fiducioso di realizzarne altri oltre Stefanel, ma non posso dire di più».

20

I negozi in Italia
Ovs ha rilevato 23 monomarca, e nel 2021 ne aprirà altri 20

80

Le risorse
Ha deliberato 80 milioni di aumento per fare acquisizioni e ne ha spesi 3 per Stefanel

© RIPRODUZIONE RISERVATA