

L'ad del gruppo del lusso che si quota oggi

Gildo Zegna "Da Biella alla Borsa di Wall Street Nonno sarebbe orgoglioso"

di Sara Bennewitz

Portiamo avanti i valori e i principi che lui ci ha lasciato. L'Italia vive una rinascita e le imprese sono pronte a fare la loro parte

MILANO – A 111 anni di età, il gruppo del lusso Ermenegildo Zegna cambia nome e diventa semplicemente Zegna. Oggi si quota a Wall Street attraverso la Spac, cioè il veicolo di investimento del fondo Investindustrial, portando sul listino americano un marchio iconico dello stile tricolore. Gildo Zegna, 66 anni, terza generazione della famiglia, amministratore delegato e fautore del rilancio degli ultimi anni si prepara ad affrontare i prossimi con un cambio di stile, nuovi marchi come il newyorchese Thom Browne di cui ha rilevato il controllo nel 2018, e una piattaforma del tessile di lusso unica.

Cosa aggiunge la quotazione a New York a un'azienda familiare?

«Ci arricchisce di competenze, ho un consiglio di amministrazione bellissimo con persone e competenze eccellenti, come quelle che porteranno Sergio Ermotti (banchiere e manager svizzero, ndr) e Andrea Bonomi (Investindustrial, ndr), che mi supporteranno e mi sproneranno a fare di meglio. La mia famiglia non è mai stata così unita e come ha appena riconosciuto l'*Economist* l'Italia vive un momento di rinascita e rinascimento: le imprese del *Made in Italy* sono più che mai pronte a fare la loro parte».

Che direbbe suo nonno Ermenegildo Zegna?

«Sarebbe orgoglioso, come lo siamo noi, di continuare a portare avanti i principi e i valori che ci ha lasciato, per dare alla quarta generazione e a quelle che verranno un'impresa sempre più forte e preparata a tutte le stagioni e tutti i cambiamenti».

Negli ultimi sei mesi avete

affrontato la pandemia, un attacco hacker, il cambio di nome e la quotazione: lo scoglio più grande?

«Sono stati mesi intensi, ma positivi. Abbiamo tenuto duro, sia di fronte al ricatto degli hacker sia di fronte a un mercato in forte evoluzione. Il "formal wear" (abbigliamento formale, ndr) che è nel Dna di Zegna ha subito un duro colpo a causa del cambio di bisogni legati alla pandemia. Ma ne siamo usciti rafforzati e lo dimostra la presentazione delle nuove collezioni per l'autunno-inverno 2022, su cui abbiamo raccolto feedback molto interessanti. La cosa più difficile è stata convincere analisti e investitori che ho incontrato in un centinaio di video conferenze - che Zegna oggi è un'azienda del lusso informale, e che anche se l'abito sartoriale resta una delle nostre eccellenze, non è più il cuore del nostro fatturato».

Come ha fatto?

«Li ho invitati in negozio a Londra e a New York, dove peraltro vivono e lavorano i miei figli, a visitare i monomarca e toccare con mano. Nel nostro negozio della Quinta Strada ho appena incontrato un noto imprenditore Usa proprietario di un'azienda quotata più grande della nostra, che mi ha detto: "mi piace come sei vestito, anche io ho voglia di cambiare". La quotazione servirà anche a questo, ad attirare nuovi investitori e clienti, per uno scambio ancora più veloce che permetta all'azienda di continuare a evolversi».

Alcune cose però non cambiano, come l'eccellenza del Made in Italy.

«Vero. Per qualità e filiera Zegna è un'eccellenza nel mondo, copriamo tutta la catena, dal filato al tessuto, per realizzare manufatti eccelsi e prodotti che sono sostenibili per definizione in quanto sono eterni e realizzati su un territorio dove viviamo e lavoriamo da oltre cent'anni. Ho assunto in Italia nel 2021 e assumerò nel 2022, credo molto nella nostra filiera».

Cosa è piaciuto di più agli investitori?

«Tante cose, a iniziare dall'Oasi Zegna che mio nonno creò negli anni

'30 nelle Alpi biellesi, quando nessuno parlava di cambiamento climatico. Siamo stati antesignani su tanti fronti, che lascia ben sperare per il futuro. Il primo negozio a gestione diretta in Cina l'abbiamo aperto nel 1991, eravamo i primi. Abbiamo creduto e puntato sulla Cina da subito, e questo ci è stato riconosciuto dai consumatori. Ma anche l'acquisizione di Thom Browne è piaciuta: è un marchio diverso che ci completa e si è integrato perfettamente nel gruppo. Sono noto per essere scrupoloso nel controllare tutto, con Browne invece ho lasciato briglie lunghe facendogli esprimere il suo potenziale».

La quotazione apre la strada a nuove acquisizioni?

«Le faremo se si presenterà l'occasione, come in passato. Ma abbiamo talmente tanto spazio per crescere a livello organico che non abbiamo fretta: sono stato cinque anni nel board di Fca con Sergio Marchionne e John Elkann e ho imparato tanto da loro su come gestire le operazioni straordinarie e affrontare un mercato complesso come gli Stati Uniti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Gildo Zegna guida la società

