

12/01/11

MF Fashion

N°12

Circulation 111013

Pag.4

*Nolita e Ra-Re fanno rotta verso Oriente*

Ra-Re, Portrait



## Strategie

### Nolita e Ra-Re fanno rotta verso Oriente

**Flash & partners** vara l'upgrade per i suoi due marchi, **No.Lita** e **Ra-Re**. Con l'anno appena iniziato il gruppo da 77 milioni di euro di fatturato nel 2010 (-8%) dà il via a un progetto di espansione in Cina che porterà a inaugurare una quarantina di punti vendita per i due brand nell'arco di tre anni, cui si aggiungeranno anche altri 18 negozi nell'area mediorientale. Il progetto è il frutto della riorganizzazione di Flash & partners messa in atto alla fine del 2010 quando, per seguire al meglio la trasformazione da azienda familiare a gruppo dal respiro internazionale, sono state introdotte nuove cariche manageriali a partire da quella di amministratore delegato affidata a **Massimo Caccialupi**, che ha ricoperto in precedenza incarichi in **Cerruti**, **Marzotto**, **Levi Strauss & co** e **Benetton**. «No.Lita e Ra-Re (quest'ultimo presente a questa edizione di **Pitti immagine uomo**, ndr) sono diventati in pochi anni due marchi con volumi importanti e con una certa complessità nella gestione. Per questo la ristrutturazione dell'azienda è stata una scelta obbligata», ha spiegato a **MFF** il neo ad. Con i due brand, la padovana Flash & partners aveva raggiunto nel 2008 un fatturato di 104 milioni di euro nel 2008, scesi poi nel 2009 a circa 84 milioni di euro a causa della crisi. Oltre alla nomina di Caccialupi, l'azienda ha chiamato anche **Giulio Ottaviani** con il ruolo di cfo e altri manager che ricoprono l'ambito commerciale. Ma questa non è l'unica novità. «Abbiamo riformulato il concept dei nostri negozi e a breve inseriremo anche la figura di direttori creativi per i due brand. Adesso siamo pronti per il salto in Oriente». I primi due punti vendita ad aprire saranno quelli di Dubai a fine febbraio, cui seguirà il flagship store di Hong Kong a settembre e poi entro la fine del 2014 la quarantina di spazi in Cina e gli altri 16 in Medio Oriente. «Lavoreremo anche sul prodotto. Il nostro obiettivo è organizzare una sfilata a Milano per la primavera del 2012». Una data significativa, perché, secondo i piani dell'azienda, la strategia di rafforzamento comincerà a dare i primi frutti facendo superare entro la fine dell'anno i 100 milioni di ricavi. (riproduzione riservata)

**Milena Bello (Firenze)**