

TECNICA E LOTTO:NEGOZI PER COMPETERE

Franco Vaccari ha una strategia precisa per i suoi due marchi. Acquisizioni soprattutto all'estero, e una di grande rilievo è forse in arrivo. Ma la novità è che punta a una propria rete di vendita secondo il modello Geox e Stonefly

Ci sono persone che sanno vedere lontano. Uno di questi si chiama Franco Vaccari. Un imprenditore poliedrico. Oltre a possedere il 50 % di Lotto e il 31% di Tecnica Group, Vaccari ha in portafoglio importanti investimenti nel settore biomedicale, immobiliare, dell'arte contemporanea (nella collezione figurano dipinti di Klee, Kandinsky, Manritte, De Chirico, Max Ernst, Moranti). Tant'è che farà parte del comitato esecutivo di un nascente fondo chiuso dedicato all'arte contemporanea, domiciliato a Bologna. “Per me sarà un'occasione di imparare – dice Vaccari – i miei investimenti li faccio sempre per passione, con la voglia di esplorare vie nuove”.

Un altro esempio? Vaccari ha chiesto a due primarie banche d'affari americane di realizzare uno studio sulle potenzialità di sviluppo del settore dell'energia tratta da biomasse. Ma il core business rimane il campo degli articoli sportivi, dove l'industriale trevigiana ha iniziato a lavorare 35 anni fa. Ha preso in mano le redini di Nordica nel '72, azienda poi ceduta ai fratelli Benetton nel 1989 per 304 miliardi di lire, e dai Benetton ricomprata tramite Tecnica Group nel 2003. “Il mio socio Giancarlo Zanatta – dice Vaccari – ha fatto miracoli, perché Nordica un anno dopo l'acquisizione era già a pareggio e ora cresce del 20%, forte del fatto di essere uno dei pochissimi marchi di peso globale”.

Nordica è uno dei pezzi forti di Tecnica Group. Il gruppo, che stima di chiudere il 2005 a 395 milioni di euro di ricavi contro i 364 dello scorso esercizio e i 253 del 2000, conta poi altri marchi celebri come Lowa (primo produttore al mondo di scarponi da montagna), Tecnica (primo negli scarponi da sci), Dolomite, Think Pink. Tecnica realizza il 50% del proprio giro d'affari nel settore neve, il resto nell'outdoor e nell'uno come nell'altro campo vanta posizioni di leadership. Ma a Vaccari la conservazione dei primati non basta. “Un'azienda che vuole davvero essere

protagonista e accelerare lo sviluppo, non può non pensare alla quotazione in Borsa”, dice l’industriale. Ci sono trattative in corso per acquisizioni di tale rilievo da richiedere l’apporto di capitali esterni? Tecnica anche nel recente passato è stata capace di pagarsi con risultati aziendali le acquisizioni di Nordica e Rollerblade. “Abbiamo contatti per acquisizioni di grande rilievo, tanto che non escludo che sia necessario immaginare soluzioni finanziarie ponte da qui alla borsa”, risponde Vaccari.

Lui non si sbottona, ma lascia trasparire che il cambio di passo atteso non dipenderà dall’integrazione con l’americana K2, cui Tecnica lo scorso anno ha ceduto Marker in cambio di cash e azioni. “Valuteremo le condizioni per un matrimonio con K2, per ora non siamo nemmeno fidanzati”.

Le strategie di Vaccari e Zanatta risentono del formidabile mutamento dello scenario intervenuto nel settore in questi ultimissimi mesi: l’azienda di confezioni americana Quick Silver ha rilevato Rossignol e Lange (250-300 milioni di investimento), il gruppo finlandese Amer ha comprato Salomon (400-500 milioni), per non dimenticare della stratosferica integrazione fra Adidas e Reebok e dei ricorrenti rumors che vedrebbero Puma nei panni della preda. “Noi siamo diventati piccoli per differenza – osserva Vaccari – e a questo cambio di contesto dobbiamo saper reagire con prontezza”.

La riflessione vale sia per Tecnica che per Lotto (256 milioni di fatturato nel 2004 e previsione oltre quota 260 per quest’anno). Quest’ultima è stata rilevata a metà ’99 in sede di concordato fallimentare dalla cordata composta da Vaccari, Adriano Sartor, Andrea Tomat e Stefano Lorenzato, con un’operazione tutta a leva finanziaria per 60 miliardi di lire. “Tre anni per portare Lotto a galleggiare, due anni appena per rilanciarla, ora dobbiamo pensare a fare sviluppo, anche con acquisizioni di peso. Diadora? Non ci interessa, sarebbe un doppiopione italiano che non funziona. Stiamo valutando acquisizioni su scala globale”, dice Vaccari.

La strategia delle acquisizioni, tanto per Tecnica che per Lotto, non va immaginata solo in una logica produttivo-industriale. Se è vero che Del Vecchio docet – e Vaccari

è stato socio di mister Luxottica in un paio di business, cedendo fra l'altro il 50% della casa di occhialeria Persol – appare “urgente e necessario valutare l'allungamento della catena del valore fino al consumatore finale. Dobbiamo essere capaci di fare sviluppo anche sul versante del retail, dobbiamo essere in grado di controllare un network di punti vendita”. Qui sta il cambio copernicano.

Perché non replicare la filosofia dei conterranei Geox e Stonefly, che hanno fra i propri drivers di sviluppo proprio l'allestimento di una rete commerciale diretta?

Dove Giacomelli ha fallito, Tecnica e Lotto ambiscono a inventare una nuova via di successo. “Le opportunità di rilevare catene di negozi esistono – riprende Vaccari – e non solo in ambito italiano. L'essenziale è poi mettere le persone giuste al posto giusto. Fin dalla mia prima esperienza da presidente di Nordica, nel giro di tre anni ho completamente managerializzato la prima linea dell'azienda. Un manager se non va lo cambi, un figlio non puoi”. Anche in questo Vaccari si mostra atipico, nella galassia delle aziende familiari nordestine.

Paolo Possamai – La Tribuna di Treviso 24 ottobre 2005