



LUSSO/2

A Borletti il 25% dei piumini Moorer

Primo passo dopo il nuovo assetto è l'investimento di 12 milioni nel retail

Marta Casadei

Alla conquista dei mercati internazionali con un prodotto di lusso al 100% made in Italy e un investimento di 12 milioni di euro per nove negozi monomarca da aprire entro la fine del 2020. La spinta ai piani di espansione di MooRER, azienda di capispalla e abbigliamento di altagamma fondata nel 2006 da Moreno Faccincani, arriva da Borletti Group: la società di investimento di Maurizio Borletti e Paolo De Spirt, infatti, ha rilevato il 25% dell'azienda di Castelnuovo del Gar-

da, che ha chiuso il 2018 con un fatturato di 30 milioni di euro (+22% sul 2017) e conta ottanta dipendenti.

Se il valore dell'operazione non è stato reso noto, il fondatore ha ben chiari la genesi e gli obiettivi di questo accordo, che vedrà anche un rafforzamento del management di MooRER con la nomina di Antonella Bompensa a direttore generale: «Eravamo pronti ad aprirci a un socio esterno già da tempo - spiega al Sole 24 Ore Faccincani, che col nuovo assetto manterrà la carica di presidente e direttore creativo -, ma ci siamo trovati subito allineati agli obiettivi del gruppo Borletti che ci ha convinti per l'esperienza importante nel canale retail di fascia alta, in Italia e all'estero. Il piano è quello di trasformare MooRER da media a grande azienda,

facendo leva sui suoi punti di forza».

Tra questi, il prodotto: capispalla da uomo (60-65% dei ricavi) e da donna realizzati interamente in Italia, nel raggio di pochi chilometri dalla sede dell'azienda, in un mix tra design e

funzionalità. «L'investimento da parte di Borletti ci permetterà di ampliare la gamma dei nostri prodotti: ai capispalla affiancheremo la maglieria e punteremo a un total look, con un focus su ricerca e sviluppo, settore nel quale reinvestiamo il 10% dei ricavi ogni anno», continua Faccincani.

Il secondo punto di forza della realtà veneta è dato dal successo dei prodotti sui mercati esteri: «Vendiamo il 75% oltre confine con la Germania, il Giappone, la Russia e gli Usa tra i mercati principali. Dopo essere cresciuti nonostante la crisi, vogliamo

rafforzarci moltiplicando i presidi retail: entro l'anno, aggiungeremo nove negozi ai quattro che abbiamo con aperture in Giappone, a Mosca e a New York», conclude il fondatore.

Le «importanti opportunità di crescita del marchio, soprattutto all'estero» sono uno dei motivi che ha spinto Borletti Group a investire nell'azienda, complici «i solidi fondamentali della società», ha commentato Maurizio Borletti.

MooRER è stata seguita nell'operazione da Pwc Deals e Ubi banca (financial advisor) e Giovannelli e associati (consulenza legale); Borletti group, invece, è stato assistito da Ernst&Young (due diligence commerciale) e dallo studio Cerina (advisor legale).

© RIPRODUZIONE RISERVATA