

Lusso. Esce Dgpa, operazione da 130 milioni
A Ergon e Zignago
la maggioranza
di Golden Goose

Giulia Crivelli

Da un fondo di private equity a un altro, per continuare a crescere, in Italia e soprattutto all'estero. È questo il percorso scelto da Golden Goose, marchio italiano diventato famoso in pochissimi anni per le sneaker di lusso, artigianali e rigorosamente made in Veneto, ma che oggi offre collezioni complete e ha già un export del 65% su un fatturato atteso 2015 di oltre 70 milioni.

Il fondo italiano Dgpa Capital (di cui Riello Investimenti è il co-investitore finanziario) ha ceduto l'intera sua quota a quello europeo Ergon Capital Partners III. Nei dettagli, il nuovo assetto societario di Golden Goose vede Ergon come «socio di maggioranza assoluta», spiega Emanuele Lembo, managing partner di Ergon Capital Advisors in Italia. Una quota di minoranza è stata rilevata dai fratelli Luca e Gaetano Marzotto tramite Zignago Holding.

Amministratore delegato di Golden Goose sarà sempre Roberta Benaglia, co-fondatrice di Dgpa: «Il fondo è uscito ma io resto anche come co-investitore con la piccola quota che avevo rilevato a titolo personale. Lo stesso vale per i fondatori del brand, Alessandro Gallo e Francesca Rinaldo, il cui apporto creativo e di visione del futuro del marchio resta fondamentale».

Nel 2014 il fatturato di Golden Goose è cresciuto del 60% a 48 milioni e l'obiettivo di Dgpa (raddoppio del fatturato entro il 2016 rispetto ai 29 milioni di 2013) è stato quindi realizzato con un anno di anticipo. Il valore dell'operazione è stimato in 130 milioni, circa dieci volte l'ebitda. «Siamo in linea con le valutazioni e i multipli del settore del lusso - sottolinea Emanuele Lembo -. Per Ergon è il secondo investimento nel "lusso allarga-

to", dopo quello fatto nel 2014 in Visionnaire, azienda del design con caratteristiche simili a Golden Goose per dimensioni (il fatturato è di 41 milioni) e ambizioni di crescita all'estero partendo dal valore aggiunto del made in Italy». Sia Benaglia sia Lembo confermano un «rinnovato interesse degli investitori internazionali nelle aziende italiane» e persino «nel sistema Paese». Tanto che il responsabile in Italia di Ergon non esclude «altre acquisizioni» e ricorda che sono stati loro a «sollecitare

CRESCITA A DUE CIFRE

In cinque anni il brand «made in Venezia» ha triplicato i ricavi a 48 milioni. Benaglia, co-fondatrice del fondo italiano, resta ceo

la trattativa con Dgpa, viste le ottime prospettive del brand».

L'orizzonte temporale di Ergon «è quello di tutti i fondi, da tre a cinque anni», ricorda Lembo. «Un tempo che tra l'altro permetterà a Golden Goose di completare la trasformazione da "specialty brand" a marchio di total look. «Il mix tra retail, fatto di sette monomarca di cui uno solo in Italia, a Milano - conclude Benaglia - e wholesale, con una rete di 600 punti vendita nel mondo, si adatta perfettamente al brand. Le aree più interessanti in questo momento sono l'Asia e gli Stati Uniti: a breve sarà pronta la prima pre-collezione donna, indispensabile per i tempi anticipati del mercato americano. Quanto alla parte uomo, siamo soddisfatti del peso attuale, pari a circa un terzo».

Ergon è stato assistito da Dvr, Pwc e Gianni Origoni Grippo Capelli, Dgpa da N+1.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

