

«Non c'è buona economia senza buoni imprenditori» PAPA FRANCESCO

## DAL CANTON TICINO ALL'ITALIA PER RIRI NUOVA ACQUISIZIONE

Il gruppo svizzero con base a Mendrisio rafforza la leadership negli accessori per alta moda e pelletteria. Alle spalle un anno super: «Fatturato consolidato di 120 milioni e buone prospettive di crescita nel 2022»

ENRICO MARLETTA

**P**er Riri Group - base a Mendrisio, sedi produttive nel Nord (compresa Tirano) e nel Centro Italia - il 2021 è stato un anno super con un record di fatturato organico (ben oltre i livelli pre-Covid) e un'accelerazione della strategia di completamento della gamma prodotti: dopo l'ingresso di Amom, a dicembre c'è stato il closing dell'operazione di acquisizione ed integrazione di DMC, azienda specializzata nel settore dei componenti metallici per l'alta moda.

**Qual è il percorso che vi ha portato all'acquisizione di DMC?**

Riri - risponde Renato Usoni, Ceo del gruppo - opera nel settore degli accessori per la pelletteria e l'abbigliamento di lusso da oltre ottant'anni, avendo, di conseguenza, un network molto vasto e qualificato di aziende con cui collabora. DMC è da lungo tempo un prezioso partner di Riri, con cui condividiamo molti clienti ma soprattutto il medesimo approccio al business, una visione etica e di valori. L'affinità dei team delle due società è stato un elemento importantissimo e basilare per il progetto di integrazione.

**Per quale ragione ritenete strategica l'acquisizione?**

La linea strategica di Riri è di creare un polo omogeneo di aziende operanti nel segmento high-end del lusso, in grado di offrire prodotti che presentino coerenza in termini di approccio commerciale, industriale, tecnologico. L'acquisizione di DMC rappresenta per Riri un sostanziale rafforzamento di posizione nel mercato degli accessori metallici per la pelletteria, oltre che l'annessione di un importante centro di competenze e tecnologie utilizzabili trasversalmente sulle altre linee di prodotto.

**In quale modo DMC aumenterà la competitività di Riri Group?**

La competitività del gruppo sarà rafforzata in termini di allargamento dell'offerta di prodotti disponibili, per una capillare e robusta rete commerciale internazionale che già opera brillantemente da anni con tutti i migliori brand del lusso mondiale.

**Con quale giro di affari avete chiuso il 2021 e quali sono le previsioni per l'anno in corso?**

Il fatturato consolidato si attesta a fine 2021 a 140 milioni di euro, le prospettive di crescita per l'anno in corso e, in generale il



Renato Usoni, Ceo di Riri Group

trend futuro, sono positive e confidiamo di crescere in modo organico più della media del mercato.

**Qual è stato l'impatto della pandemia sulla vostra attività?**

Il momento più difficile è stato sicuramente il periodo tra febbraio e aprile 2020 in cui, come tutte le aziende, abbiamo dovuto fronteggiare una situazione completamente nuova, imprevedibile nell'esito e, potenzialmente, estremamente rischiosa. In queste situazioni la qualità delle persone, dal top manage-

ment alle maestranze, dai finanziatori alle parti sociali, fanno la differenza, insieme a doti di flessibilità, rapidità d'azione, capacità di focalizzarsi collegialmente su priorità chiave. Il nostro portafoglio clienti, creato in decenni di brillante collaborazione, ci ha aiutato molto, così come la fiducia espressa da chi è al di fuori di Riri, e la resilienza e attaccamento dei collaboratori interni.

**Quali sono i progetti più significativi in materia di sostenibilità?**

Il gruppo Riri è da sempre al-

l'avanguardia su questo tema, abbiamo team di lavoro dedicati e comitati interni che fissano obiettivi ambiziosi. Oltre agli straordinari risultati recentemente raggiunti - come la certificazione per tutti gli stabilimenti Riri sull'utilizzo di energia proveniente da fonti rinnovabili, oppure la pubblicazione del primo Report di Sostenibilità del gruppo secondo gli standard GRI - al momento siamo impegnati nell'obiettivo di certificazione ESG (Environmental Social Governance), in base agli standard ISO, di tutti i nostri stabilimenti

### LA SCHEDA

#### IL PROFILO

**Il Gruppo Riri si distingue per l'ampiezza della sua gamma di prodotti grazie ai cinque marchi che lo costituiscono: Riri, punto di riferimento per cerniere metalliche e in plastica; Cobrax, celebre firma di bottoni a pressione, jeans e rivetti; Cobrax Metal Hub e DMC, specializzate nella progettazione, sviluppo e produzione di componenti metallici per la pelletteria; Amom, focalizzato nel settore accessori per calzatura, abbigliamento e bijoux. Le sedi produttive sono localizzate a Mendrisio, Padova, Tirano, Poggio a Caiano (Po), Scarperia e San Piero a Sieve (Fi), Badia al Pino (Ar) e Palazzolo (Bs).**

entro il 2024.

**A livello di responsabilità sociale quali sono i maggiori obiettivi raggiunti?**

Nel periodo topico della pandemia abbiamo cercato di ridurre al minimo i disagi per tutti i nostri dipendenti in termini di organizzazione del lavoro e di ricorso a riduzione di orario, e non abbiamo mai messo in dubbio la capacità dell'azienda di uscire ancora più forte dalla difficile congiuntura. Non abbiamo rallentato gli investimenti, per trovarci pronti alla ripartenza, con-

fermando la validità a lungo termine della nostra visione strategica. Abbiamo lanciato progetti sistematici di miglioramento ulteriore degli aspetti di DE&I (Diversity, Equity e Inclusion) in collaborazione con primarie società di consulenza. Continuiamo la nostra partecipazione attiva con enti e istituzioni del territorio svizzero e italiano, in particolare modo sui temi di ricerca.

**Avete sofferto anche voi gli ostacoli della ripartenza (penuria e prezzi delle materie prime, difficoltà nei trasporti)?**

Penso che non ci sia settore economico che attualmente non stia fronteggiando queste difficoltà. Al momento, tali problematiche non stanno impattando sulla nostra operatività nei confronti dei clienti, che continuano a essere seguiti in modo puntuale e veloce.

**I costi dell'energia stanno ostacolando in modo rilevante l'attività?**

Nel nostro settore hanno un impatto rilevante, un'attività fortemente industrializzata, con una massiccia verticalizzazione e integrazione del processo produttivo, non può che risentirne. Gli interventi sviluppati negli ultimi anni per ridurre il consumo energetico e le relative emissioni ci stanno aiutando, ma non possono comunque annullare i rincari registrati.

**Qual è il livello di internazionalizzazione di Riri Group? Quali sono i principali mercati esteri e quali quelli su cui ci sono le migliori prospettive di sviluppo?**

I mercati principali sono la Francia e l'Italia. Lavoriamo in tutto il mondo dalla Cina agli Usa, Australia, UK, Corea del Sud, Indonesia. Abbiamo uffici commerciali in Italia, Francia, New York, Los Angeles e Shanghai.

**Su quali fronti avete orientato i principali investimenti?**

Sul fronte dell'aumento di capacità produttiva, automazione, nuove tecnologie (MIM, stampa 3D di polveri di metallo, PVD) e nuovi materiali.

**Avete difficoltà a reperire manodopera qualificata adatta alle vostre esigenze?**

Registriamo difficoltà nell'area di Palazzolo sull'Oglio e Tirano, probabilmente la prima causata dall'effervescenza e importanza del distretto industriale, la seconda per la maggior attrattività economica delle aziende svizzere a brevissima distanza.

## Artigianalità e innovazione tecnologica

L'ultima acquisizione è stata DMC: azienda fondata nel 1976 a Scarperia e San Piero a Sieve, in provincia di Firenze, vanta una solida esperienza con i principali brand del lusso e una posizione strategica, situata in prossimità del distretto della pelletteria toscano. Nata come azienda familiare, è oggi un'impresa che riesce a combinare la precisione e la minuzia della tradizione artigiana italiana, unita a un forte legame con il territorio, con l'impiego delle più moderne tecnologie. Un siste-



Lo stabilimento di Riri a Mendrisio

ma di completa integrazione verticale consente di gestire internamente tutte le fasi del processo produttivo.

«L'ingresso di DMC - spiega Renato Usoni, Ceo del gruppo Riri - non rappresenta solo un aumento della nostra offerta in termini di prodotti ma un traguardo fondamentale nella strategia di creazione di un modello di business completamente integrato. Il nostro gruppo - prosegue Usoni - si presenta a tutti gli effetti come un leader nell'innovazione, grazie ai suoi impianti d'avanguardia, localizzati in sette stabilimenti produttivi, e alla costante ricerca su tecnologie e materiali emergenti».