

Strategie

In vista dell'ipo, Ovs apre a Milano in via Dante

Il marchio che fa capo al gruppo **Coin** svela il nuovo concept store, realizzato in partnership con Google. E annuncia il piano di quotazione in Borsa entro fine anno. **Alessia Lucchese**

Il terzo step di una strategia di rilancio ormai compiuta e il primo passo verso il ritorno in Borsa, tutto da protagonista. Perché la road map per la quotazione di **Ovs** è ormai avviata con l'affidamento del mandato a **Lazard** e dovrebbe portare il marchio del gruppo **Coin** a debuttare, come prevedibile sul listino di Piazza Affari lasciato dall'azienda dopo l'opa di **Bc partners** del 2011, entro fine anno con un'ops che prevede un flottante di almeno 30%. Propedeutico alla quotazione sarà lo spin off da **Coin**, presumibilmente verso settembre che porterà le insegne **Upim** a essere inglobato in **Ovs**. A dichiararlo l'amministratore delegato di **Coin**, **Stefano Beraldo**, a margine della conferenza



L'interno del flagship Ovs in via Dante a Milano

stampa di presentazione del nuovo concept store di via Dante a Milano, il cui opening oggi vuole rappresentare il compimento di una strategia di riposizionamento del marchio e il trampolino di lancio verso il futuro. Terzo step di una strategia iniziata prima nel 2007, con la nascita di **Ovs industry** e l'espansione retail e proseguita due anni fa con l'arrivo di **Caterina Salvador** come responsabile delle collezioni donna verso un nuovo concetto di fast fashion, tutto italiano e capace di competere con l'avanzata dei colossi stranieri. Un'operazione che oggi il gruppo vuole ripetere anche nel segmento maschile, con l'arrivo di **Marco Mazzoran** al timone delle collezioni, con l'obiettivo di diventare leader in un mercato meno colonizzato rispetto a quello womenswear «In questo ultimo biennio, il più nero per l'abbigliamento in Italia, abbiamo rivisto il nostro modello di business, riducendo i costi, rafforzando la squadra e concependo un mix retail e merchandising che oggi si concretizza con **Ovs via Dante**», ha dichiarato Beraldo. «**Ovs** oggi

rappresenta oltre il 70% del fatturato del gruppo e il 95% del suo risultato economico, con una quota di mercato del 4,7 dal 2% dal quale siamo partiti due anni fa con il mio arrivo in azienda. A parità di perimetro attualmente registriamo una crescita del 6%, è il business che oggi sta performando meglio e il ritorno in Borsa, che ci ha dato molte soddisfazioni in passato, è uno step naturale per noi». Il flagship store, pensato da **Vincenzo De Cotiis** e che

ha visto **Coin** investire circa 3 milioni di euro, è il primo a integrare la tecnologia digitale grazie alla partnership con **Google enterprise**: lo store, che si estende su una superficie di 900 metri quadrati, ospiterà camerini virtuali, totem multimediali grazie ai quali conoscere la disponibilità di taglie e prodotti negli altri negozi o ordi-

nare sull'e-shop e il servizio click & collect per ritirare direttamente nel punto vendita i prodotti ordinati via web. E per rafforzare l'immaginario trend-oriented di **Ovs**, lo store ospiterà anche una capsule collection di circa 100 articoli in limited edition di 60 pezzi ciascuno che sarà disponibile anche sull'e-commerce di **Ovs**. Un progetto che, promette **Caterina Salvador**: «Potrebbe diventare permanente e essere replicato anche ad altri store importanti del marchio. Stiamo lavorando in questi mesi anche a una label curvy.» Il gruppo, che ha chiuso il 2013 con un fatturato di 1,6 miliardi di euro, conta di replicare il format anche ad altri store: «Nel primo semestre abbiamo aperto 35 store, per un totale di 80 aperture nel 2014 in Italia, mentre all'estero taglieremo il nastro a 40 vetrine», ha poi detto il direttore generale di **Ovs Francesco Sama**. «Stiamo inoltre potenziando l'insegna **Ovs kids**, un settore dalle grandi potenzialità in cui abbiamo una quota di mercato del 13%». (riproduzione riservata)