

# Buccellati cresce insieme con Gangtai

**La holding cinese ha perfezionato il closing sull'85% del marchio di preziosi per 195 milioni di euro. Previsto un investimento di 200 milioni in cinque anni per aprire 88 monomarca diretti**

**B**uccellati passa ufficialmente sotto l'ala di Gangtai group. Ieri, con una conferenza stampa a Milano, è stato ufficialmente annunciato il perfezionamento del closing che ha portato il gruppo cinese, quotato alla Borsa di Shanghai, a diventare proprietario dell'85% della holding precedentemente detenuta da Clessidra e dalla famiglia Buccellati, che resteranno azionisti con il restante 15% equamente suddiviso tra le due parti (vedere *MFF* del 23 dicembre 2016). L'operazione è stata conclusa sulla base di 230 milioni di euro di equity value per il 100% della società, corrispondenti a un esborso di 195 milioni di euro da parte del gruppo asiatico. La famiglia Buccellati resterà attivamente coinvolta nel business a partire da Andrea Buccellati, presidente onorario e direttore creativo affiancato dalla figlia Ludovica. Immutato sarà anche il ruolo di Gianluca Brozzetti, confermato ceo dal nuovo azionista, pronto a spingere il marchio nella sua crescita sui mercati internazionali attraverso un investimento di 200 milioni di euro entro i prossimi cinque anni. «Mi auguro che questa operazione sia di successo sia per l'Italia che per la Cina», ha sottolineato Xu Jiangang, fondatore e presidente di Gangtai group, «Buccellati incarna l'eccellenza nel mondo dell'alta gioielleria e per Gangtai

(già operante nel settore dei preziosi in Cina, ndr) questa acquisizione rappresenta una grande scommessa, un'impresa pionieristica, in quanto ci porterà ad alzare l'asticella del nostro prodotto». Fermo restando che la creatività e la manifattura resteranno made in Italy, come sottolineato da **Andrea Buccellati**, **Gangtai group** interverrà offrendo fresco capitale per garantire l'espansione internazionale. «Saranno investiti circa 200 milioni di euro in cinque anni per lo sviluppo del marchio», ha aggiunto **Gianluca Brozzetti**, «nei piani c'è l'apertura di 88 monomarca diretti (l'otto è un numero fortunato in Cina, ndr) più altri 44 con partner in zone come il Medio Oriente e l'Est Europa. Il network passerà così dagli attuali 40 a oltre 150 store, raggiungendo livelli di competitività pari a quelli dei nostri diretti concorrenti. L'area di riferimento», ha prosegui-

to il manager, «sarà innanzitutto quella asiatica, con l'inaugurazione di 27 punti vendita solo in Cina e di 21 nel Sudest asiatico, accompagnati dal supporto di operazioni di comunicazione ad hoc. Una di queste coinciderà con i festeggiamenti per i cento anni dell'azienda, previsti nel 2019». Non è stato specificato, invece, l'obiettivo di crescita dei ricavi che, dopo l'ingresso di **Clessidra** nel 2013, sono cresciuti del 63% portandosi a 44 milioni di euro nel 2016, grazie a una progressione prevalentemente like for like, ripartiti tra gioielli (80%), argenteria (15%) e orologi (5%). Il 50% delle vendite è rappresentato dai gioielli iconici. Nell'ambito dell'operazione, i venditori sono stati affiancati da **Mediobanca**, **Unicredit** e **Partners Cpa** per gli aspetti finanziari, mentre per quelli legali dagli studi **Gattai Minoli Agostinelli & Partners**, **Pedersoli e Associati** e **MN Tax & legal**. L'acquirente è stato invece affiancato da **Guotai Junan securities** per gli aspetti finanziari e dagli studi **Simmons & Simmons** e **Grandall law firm** per gli aspetti legali. (riproduzione riservata) **Chiara Bottoni**

