

Pozzi Milano festeggia il primo anno in Borsa: "Vogliamo crescere nel mondo"

LINK: <https://www.veritaeaffari.it/imprese/pozzi-milano-denti-vogliamo-crescere-mondo-12-giugno-2023/>



Pozzi Milano festeggia il primo anno in Borsa: "Vogliamo crescere nel mondo" A luglio sarà un anno dal debutto di **Pozzi Milano** sull'Egm,. Denti: "Vogliamo crescere nel mondo grazie ad accordi su licenza" **Pozzi Milano**, Denti: "Vogliamo crescere nel mondo grazie ad accordi su licenza" Tra pochi giorni **Pozzi Milano** 1876 festeggia il suo primo anno dal debutto sul listino Egm di Borsa Italiana. E lo fa siglando un accordo con la catena di negozi PensareCasa, parte del gruppo IMAB, per la concessione in licenza d'uso del brand Pozzi e delle sue declinazioni, anche grafiche, nel settore arredo-casa. Rinaldo Denti, ceo di Pozzi Brand, ex ceo di Dmail e Frendy Energy e imprenditore attivo da 30 anni in vari settori, non nasconde la sua soddisfazione per la sua ultima "fatica": prendere un brand storico della moda non più attivo come Pozzi e un'azienda di piatti e

bicchieri come Easy Life e farli diventare un gruppo da più di 20 milioni di euro di fatturato che dialoga con i big stranieri per la creazione di collezioni di tableware e fashion rigorosamente made in Italy. La bresciana Easy Life fa capo a Diego Toscani, ceo di Promotica, anch'essa quotata sull'Egm, che da oltre 20 anni è presente nel settore delle stoviglie di design e che esporta in oltre 50 Paesi. E da lì è partito il primo nucleo di **Pozzi Milano** 1876, di cui Toscani è presidente, e che ora punta alla moda. "Oggi se non hai un brand non hai niente" spiega Denti. "Quello che abbiamo in mano è invece il più antico luxury brand maschile, fondato nel 1876, che aveva un flagship store, che ha vinto la Triennale del design e con il suo fondatore, Claudio Tridenti Pozzi, che è stato il primo cavaliere del lavoro nel campo della moda". L'idea dell'imprenditore è usare il brand **Pozzi Milano** produrre

direttamente alcuni articoli e di stringere accordi per le licenze in settori contingui. Di quali settori parliamo? "Sono alla ricerca di un modello nuovo, che si ispira a quello lanciato da Pierre Cardin che negli anni Settanta rese più democratica la moda, allora riservata solo a una elite. L'idea quindi è di produrre oggetti italiani, con un marchio evocativo, ma a prezzi accessibili. E siamo convinti di avere un grande potenziale in comparti come la ceramica, la pelletteria, gli occhiali, ma anche il vino, sempre attraverso accordi su licenza". Come sta andando il tableware? "Direi molto bene. Nel comparto della tavola abbiamo raggiunto quota 2.500 negozi in 75 paesi, di cui 1.800 all'estero, con presenze eccellenti in grandi magazzini come Harrods, La Cort Ingles e Galerie Lafayette. Inoltre, abbiamo appena siglato un accordo con PensareCasa del gruppo IMAB: stanno per aprire 100 negozi in

Italia e Pozzi sarà presente in tutti. Il gruppo IMAB è leader in Italia nella produzione e distribuzione di arredi di qualità da oltre mezzo secolo, e ben rappresenta la strategia che vogliamo perseguire coerentemente con quanto comunicato in sede di Ipo, ovvero dare in licenza il nostro brand a società leader capaci di accrescerne il valore e la notorietà all'interno della propria strategia di crescita, sviluppando in tal senso un contesto win-win per entrambi". Avete altri accordi in vista? "Non posso fare nomi in questo momento, ma stiamo trattando per una licenza "pesante" e stiamo anche definendo un accordo per la creazione di una linea di profumatori d'ambiente. Nei prossimi giorni, saremo a Las Vegas con uno stand alla più grande fiera del licensing dove cercheremo di stringere delle partnership. Dato che non abbiamo grandi risorse da investire, il nostro obiettivo è fare delle alleanze con grandi gruppi stranieri che ci diano visibilità". A luglio sarà un anno dalla quotazione sull'Egm. Lei ha già quotato Frendy Energy. Cosa pensa di questo mercato per le Pmi? "Ho sempre sofferto del fatto che l'Egm sia un mercato poco liquido e per questo ho creato il modello 1-1-5 per

la quotazione di Pozzi. In pratica, si tratta del primo warrant con durata 5 anni che consente una conversione 1 a 1 rispetto al prezzo di collocamento. Questo fa sì che se la quotazione sale, il risparmiatore avrà una doppia possibilità per rientrare del suo investimento, ovvero o vende il warrant, rifacendosi quasi completamente di quanto ha investito nel titolo, o vende l'azione in un contesto di arbitraggio che crea liquidità a entrambi gli strumenti".