

Il network del cremonese

Sinergie e lusso, le confezioni «glocal» di Ciefte

di MASSIMILIANO DEL BARBA

L'introduzione delle logiche Esg nelle aziende ha avuto come effetto collaterale quello di far emergere le lacune del sistema manifatturiero italiano nella valorizzazione della propria *value chain*.

Le catene di fornitura del made in Italy sono anzitutto canali relazionali lungo i quali transitano informazioni, valori e, soprattutto, conoscenze. Vale per la meccanica, per il tessile, per la chimica. E vale forse ancora di più per la moda, un settore dove l'automazione non ha ancora reso anacronistiche qualità come l'artigianalità e il know how manuale dell'*homo faber*. Parte da questo assunto la sfida di Ciefte, realtà nata nel 1985 a Soncino (in provincia di Cremona) come confezionatore per Etro e Michael Kors, e negli anni divenuta partner strategico dei principali brand mondiali del lusso nella realizzazione di capi prêt-à-porter di alta gamma.

Il confine naturale, storico, amministrativo e culturale del fiume Oglio (a sud il cremonese, a est il bresciano e a ovest la bergamasca) in questa storia gioca un ruolo particolare. Ciefte conta 270 dipendenti, che però salgono a 720 con un indotto che l'amministratore delegato dell'azienda e seconda generazione imprenditoriale, Marco Panzeri, classe 1980, descrive più come un «ecosistema di prossimità» che una catena di fornitura. «Negli ultimi anni

— spiega — abbiamo intrapreso un importante percorso di crescita anche per linee esterne che ci ha portato a chiudere il

2022 con ricavi per 41 milioni di euro e un Ebitda del 10%, il che ci ha permesso di triplicare il nostro giro d'affari in un decennio, con una previsione di chiusura per l'anno in corso a 50 milioni e un Ebitda del 13%».

Un M&a, quello di Ciefte, che ha tuttavia delle particolarità nella scala dei target e nella loro localizzazione, appunto lungo il fiume Oglio, dove dal Secondo Dopoguerra in poi è cresciuto un saper fare nelle confezioni e nel pronto moda di media e alta gamma. Le aziende da acquisire, infatti, si dividono in due categorie: piccoli laboratori con un fatturato di circa mezzo milione, con l'obiettivo di portarle in poco tempo a circa 3 milioni, e realtà più grandi e strutturate con ricavi per circa tre milioni con l'obiettivo di portarle a dieci milioni grazie alle sinergie sviluppate dall'aggregazione e dallo sviluppo di progetti di crescita e investimenti ad hoc.

«Con questo sistema hanno finora fatto il loro ingresso cinque società di cui tre controllate al 100% e due partecipate, mentre contiamo su un network di una trentina di laboratori per 3.500 modelli prodotti all'anno e 260 mila capi realizzati nel 2022 — prosegue Panzeri —. È un approccio industriale di lungo termine, che si basa sull'aggrega-

zione di piccoli e medi laboratori di produzione specializzati su specifici segmenti come ricami, maglieria e stampe, vere eccellenze del territorio e custodi di uno straordinario saper fare. La vera sfida è integrarle, valorizzando il Dna industriale e il loro ruolo all'interno di una piattaforma in grado di raggruppare la maggior parte delle fasi della produzione entro 150 chilometri, facilitando così la logistica, incrementando la sostenibilità e massimizzando il controllo della qualità per i clienti».

Questi clienti, oggi, gravitano attorno ai grandi conglomerati dell'alta moda internazionale come Kering, Lvmh, che chiedono a Ciefte non solo precisione e qualità, ma anche soluzioni innovative sia dal punto di vista del processo che del prodotto. «Il saper fare tradizionale e manuale che ci ha fatto crescere negli anni e sostiene tuttora la nostra affidabilità nei confronti della clientela ora deve essere integrato con la tecnologia — aggiunge l'imprenditore —. Per questo motivo abbiamo inaugurato una Academy interna all'azienda aperta agli istituti superiori e alle facoltà di design del territorio. Si sta in questo modo creando una staffetta generazionale fatta di «training on the job», ma anche di uno scambio di conoscenze che è bidirezionale. Un'operazione che va dalla realizzazione dei cartamodelli all'introduzione della realtà virtuale per la prototipazione rapida, dal taglio a mano al taglio laser fino alla progettazione 3D con i nuovi materiali hi-tech in affiancamento diretto al team di ricerca e sviluppo interno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Vertici

Marco Panzeri, amministratore delegato e seconda generazione alla guida di Ciefte, azienda della provincia di Cremona che realizza confezioni per i brand del lusso

