

STORY-LEARNING

Nel paniere di Graziella Holding gioielli, borse e... geotermia

Al business dei preziosi (che fattura soprattutto all'estero) e al brand Braccialini (forte sul mercato italiano), il gruppo ha affiancato la divisione Green Power dedicata alle energie sostenibili

di Riccardo Venturi



Una holding con tre anime che hanno in comune un'elevata qualità made in Italy. È Graziella Holding, che alla corazzata dei gioielli di gamma alta da cui prende il nome ha affiancato, oltre alla divisione Green Power dedicata alle energie sostenibili (con una specializzazione nella geotermia che molto bene si adatta all'Italia) l'altro storico marchio in campo di bags & leather goods Braccialini, acquisito ad aprile del 2017. «Ma il contatto era iniziato già tre anni prima – dice Giovan Battista Gori (nella foto), presidente di Graziella Holding – quando abbiamo deciso di abbinare il nostro gioiello alla moda. L'azienda più adatta al mondo per questa strategia, quella che aveva nel dna le caratteristiche per completarci era proprio Braccialini, con le sue borse e i suoi accessori». Il nuovo management ha lavorato alla riorganizzazione dell'azienda, riducendo il personale da 120 a 80 unità, «ma soprattutto», sottolinea Gori «abbiamo portato i nostri concetti strategici di



ringiovanimento del prodotto e del marchio da una bellezza a un po' museale a uno stile più giovane, che coniu-

gasse il progetto "gioiello" a quello "moda". I risultati cominciano a vedersi: nel 2018 il fatturato sta salendo da 8 a 9 milioni di euro. E si stanno implementando nuove strategie commerciali che mirano all'internazionalizzazione: «Abbiamo una serie di progetti con un accordo molto importante in Giappone, con 20 temporary shop», mette in evidenza il presidente di Graziella Holding «e in Russia, oltre a tre nuovi negozi a Dubai, un outlet in apertura in Finlandia e venti franchising nel mondo».

IL PRESIDENTE GIOVAN BATTISTA GORI: «IL NOSTRO PROGETTO DI CENTRALE A BASSO IMPATTO È COSÌ INNOVATIVO DA VENIR PREMIATO A LIVELLO EUROPEO»

Mentre i gioielli Graziella fatturano il 90% dei 67 milioni totali all'estero, a oggi Braccialini ricava al contrario il 70% dal mercato italiano, di cui il 70% viene dal retail e non da doors od outlet proprietari. «Ma come noto i consumi in Italia sono calati», osserva Gori, «quindi dobbiamo assolutamente internazionalizzare il brand. L'obiettivo per il 2019 è di salire a 10 milioni di fatturato, lavorando sull'export, ma senza perdere il mercato italiano: a dicembre apriamo il nuovo negozio in via Frattina a Roma».

Anche l'altra divisione Graziella Green Power è in rampa di lancio, grazie a diversi progetti

tra i quali spicca quello legato al geotermico. «Burocrazie permettendo» spiega il presidente di Graziella Holding «entro il 2020 avremo un impianto geotermico da 50 milioni di euro con Engie, gruppo Gas de France, 51% noi e 49% loro».

Le centrali geotermiche di Graziella Green Power sono di tipo avanzato, a ciclo binario a media entalpia: oltre ad avere dimensioni modeste e quindi con basso impatto visivo, hanno impatto ed emissioni zero. Il vapore prelevato, dopo aver generato corrente elettrica mediante il calore in esso contenuto, viene infatti reimpresso nel sottosuolo senza emissioni. «Il progetto è così innovativo che è stato premiato a livello europeo. Inoltre proprio per questo impatto zero l'Europa ci sta dando un contributo», sottolinea Gori. L'energia geotermica ha grandi potenzialità di sviluppo in Italia, e in Toscana in particolare: «Il Paese potrebbe produrre il 15% del fabbisogno energetico con la geotermia», osserva il presidente di Graziella Holding. «Già l'Enel in Toscana produce una percentuale analoga di quello regionale». Un'altra operazione è in corso nel settore fotovoltaico: «Stiamo per chiudere una partnership per un impianto da 300 megawatt», conclude Gori «con 200 milioni di investimento dal 2019 al 2022, probabilmente con Engie e un altro gruppo quotato del fotovoltaico».