



STRATEGIE - FEDON

IL PRESIDENTE CALLISTO FEDON  
E L'AMMINISTRATORE DELEGATO MAURIZIO SCHIAVO

## Dal businessman al consumatore

DI **ARNALDO BENEDETTI**

Le decisioni assunte da Callisto Fedon, dopo l'evoluzione inferta all'azienda negli ultimi due anni, richiamano alla memoria, pur ben lontani da una maliziosa ironia e dall'ambiguità di Tancredi, la famosa frase da lui pronunciata nel Gattopardo di Giuseppe Tomasi di Lampedusa: "Se vogliamo che tutto rimanga come è, bisogna che tutto cambi".

L'Assemblea ordinaria degli Azionisti di Giorgio Fedon & Figli Spa, convocata lo scorso 28 aprile, ha nominato il nuovo Consiglio di amministrazione confermando Callisto Fedon nell'incarico di Presidente della società e i consiglieri Italo Fedon, Piergiorgio Fedon e Angelo Da Col. Le novità significative si rilevano nelle competenze delle new entry Maurizio Schiavo, Paolo Brugioni, Giancarla Agnoli, Monica De Pellegrin e Monica Lacedelli. Il nuovo Consiglio di amministra-

zione in pari data ha proceduto alla nomina dell'ingegner Maurizio Schiavo quale nuovo Amministratore delegato della Giorgio Fedon & Figli Spa. Ecco il commento di Callisto Fedon: "La decisione di affidare all'ingegner Schiavo l'incarico di Amministratore delegato muove dalla volontà di rafforzare e dare continuità alla governance del Gruppo Fedon. La strategia di sviluppo del Gruppo nel prossimo triennio, infatti, ci vedrà impegnati a gestire la complessità di una nuova e più articolata struttura del business e dei relativi canali distributivi e all'ing. Schiavo è affidata la responsabilità di tale gestione. Come Presidente del Gruppo, sarò a fianco dell'Amministratore delegato, con il quale condividerò le linee guida di tale processo, supportandolo nelle principali decisioni strategiche. Mi occuperò in particolare di promuovere lo sviluppo dell'immagine del Gruppo e di indirizzare le strategie di comunicazione del brand e dei suoi prodotti.

**Il Gruppo Fedon è in piena trasformazione sia dal punto di vista del posizionamento sul mercato sia da quello della sua struttura organizzativa. Il percorso è tracciato, gli obiettivi sono chiari: dopo l'ingresso nell'occhialeria e l'estensione della pelletteria verso un segmento femminile, nel mirino è ben centrato il consumatore globale. In una logica di coerenza a una storia secolare**



UN MODELLO DELLA NUOVA COLLEZIONE AMELIA

Inoltre, in forza dell'esperienza ormai trentennale nel Gruppo, sarà un mio obiettivo rafforzare e facilitare i processi di ideazione, progettazione e ingegnerizzazione dei prodotti al fine di favorire l'innovazione e la ricerca di nuove soluzioni tecniche, indispensabili per il successo del nostro brand sia nel mercato wholesale, che nel canale del retail diretto. Infine, ma ancora più importante, intendo offrire il mio contributo all'attuazione delle strategie di sviluppo delle nostre persone e della nostra struttura organizzativa. Favorire l'emergere dei talenti, promuovere la crescita professionale e accrescere le doti di governo del business sono alla base del nostro stesso futuro. La mia scommessa è rendere possibile tutto ciò e trasformarlo nello strumento di crescita e di continuità negli anni a venire".

Si tratta di una vera e propria discontinuità organizzativa: davvero coraggiosa, dopo quasi un secolo dalla fondazione dell'azienda, durante il quale non sono mai intervenute deleghe al di fuori della proprietà. L'ingresso in borsa sul mercato Aim in Italia, la nomina di Maurizio Schiavo quale Direttore generale, il mutamento storico delle strategie di prodotto e distributive (la nomina di Giancarla Agnoli, già Amministratore delegato di Marchon Italia, nel Consiglio non è certo casuale), sono state il preludio ai necessari profondi interventi sulla governance e sulla struttura aziendale. Dunque, tutto è cambiato ma le responsabilità apicali resta-

no nelle solide mani di Callisto Fedon. Ma non è gattopardismo: è di poco più di un mese fa che alla Rinascite di Milano è stata presentata Amelia, la nuova collezione di borse Fedon, pensata e disegnata per le donne. "Amelia è una collezione di borse cool, unica, semplice ma con 'una marcia in più', che entra a far parte del mondo Fedon, composto da oggetti concepiti per vivere i momenti di lavoro e tempo libero, spesso acquistati d'impulso per il piacere di fare o farsi un regalo utile, sorprendente e non convenzionale", si legge nel comunicato di presentazione della novità. "Realizzata in pelle bottalata, dai colori pastellati, freschi e luminosi si posiziona in quella fascia di prodotti per chi desidera cambiare modello di borsa e colore a seconda del look della giornata". Ecco, le borse da donna sono una brand extension del marchio per dare un maggior respiro consumer alle produzioni che da quasi

un secolo si reggono su un know-how artigianale nella pelletteria e nella fabbricazione di astucci per occhiali, prevalentemente in precedenza proposti al mercato oem, lontano dal consumatore finale.

È il proseguimento strategico inevitabile per dare continuità e diversificazione alle categorie di prodotto, che risultassero omogenee alla filosofia aziendale nel momento in cui decollava la politica di apertura di negozi monomarca con un programma di sviluppo che sarebbe man mano andato



DUE SCATTI DELLA PRESENTAZIONE ALLA RINASCENTE A MILANO

ad assumere l'attuale consistenza. Sempre comunque in perfetta coerenza con il know-how e le skill storiche Fedon. Ecco dunque completarsi un cerchio aperto un anno fa con la prima, felice collezione di occhiali, che poggia le sue fortune sulla notorietà del marchio, fattosi anche insegna, che tuttavia non può chiudersi in una sola targetizzazione professionale della propria potenziale clientela. Perché, come sostiene qui sopra Callisto Fedon, "sarà un mio obiettivo rafforzare e facilitare i processi di ideazione, progettazione e ingegnerizzazione dei prodotti al fine di favorire l'innovazione e la ricerca di nuove soluzioni tecniche, indispensabili per il successo del nostro brand sia nel mercato wholesale, che nel canale del retail diretto". Wholesale, ecco la parola magica: il consumatore sarà sollecitato ovunque le condizioni lo suggeriranno attraverso i canali distributivi di-

sponibili. E i volumi prodotti e distribuiti subiranno crescite vorticosi. Il nuovo Amministratore delegato con le competenze ormai verificate e consolidate, certi nomi nel Consiglio di amministrazione con l'apporto delle proprie esperienze, sembrerebbero una soluzione organizzativa che assicuri continuità strategica attraverso più snelli processi decisionali e una maggiore efficienza operativa.

La realtà del Gruppo Fedon si è sostanzialmente resa molto più complessa: più deleghe, più flessibilità, più skills sono la risposta per obiettivi di attesa efficace. "Tutto rimane com'è" nella coerenza con i valori storici aziendali ben assicurati dalla presidenza di Callisto Fedon. Ma tutto sta cambiando perché l'azienda ha creato i presupposti per continuare a crescere in una logica di un mondo ormai globalizzato.

