

New faces ai vertici della moda

Nuovi ceo crescono. Manager di lungo corso toccano per la prima volta le massime cariche in gruppi da Kering a Prada. I loro nomi sono Gianfranco Gianangeli, che con Pierpaolo Piccioli guiderà Balenciaga, o Federico Arrigoni per Brioni, mentre a Silvia Onofri vanno le redini di Miu Miu. Stessa strategia per Balmain con Matteo Sgarbossa

Per anni hanno ricoperto posizioni di rilievo nelle grandi case di moda, spesso alla guida di un'area geografica o di una specifica divisione. Quel che è certo è che conoscono il brand a fondo e conoscono molto bene i consumatori. E ora hanno fatto il grande salto diventando ceo. Una serie di nuovi volti è approdata ai vertici delle maison, preparandosi a portare una piccola ventata di rivoluzione. I nomi di

questi alti profili? I riflettori in questo momento sono senza dubbio puntati su Gianfranco Gianangeli, veterano del gruppo Kering scelto per succedere da quest'anno a Cédric Charbit come amministratore delegato di Balenciaga. Un manager che, stando alle ultime dichiarazioni della deputy ceo del gigante francese, Francesca Belletini, dovrebbe essere l'uomo giusto per guidare la griffe nella sua prossima era firmata Pierpaolo

Piccioli. Lo stilista ex Valentino è stato infatti appena nominato alla direzione creativa dello storico marchio finora nelle mani di Demna e svelerà la sua prima collezione a ottobre. «Abbiamo scelto le persone che riteniamo saranno le migliori per tornare a rendere altamente desiderabili i nostri brand», ha recentemente affermato il braccio destro di François-Henri Pinault commentato le ultime nomine.

continua a pag. 11





segue da pag. 1

«Lavorare con i creativi è una parte fondamentale del nostro mondo. Un ceo e un direttore creativo devono avere fiducia reciproca, il loro rapporto deve essere un reciproco comprendersi e rispettar-si». E **Gianangeli** vanta una solida esperienza nel settore, avendo lavorato per diverse case di moda italiane e francesi in ruoli di merchandising e retail, nonché per un periodo in qualità di executive di **Maison Margiela**. Negli ultimi anni, è stato chief commercial officer di **Saint Laurent**. Ora, alla guida di **Balenciaga**, avrà il compito di continuare a rafforzare ed espandere la riconoscibilità della maison. «Sono entusiasta di iniziare questa nuova era da Balenciaga con **Pierpaolo**», ha dichiarato il manager. «Non vedo l'ora di iniziare a costruire insieme il

futuro della maison». C'è poi un altro veterano a cui il gruppo **Kering** ha scelto di affidare un ruolo da amministratore delegato. Si tratta di **Federico Arrigoni**, entrato nel conglomerato francese nel 2006 per lavorare da **Gucci**. Fresco di nomina a ceo di **Brioni**, il manager italiano è stato più di recente deputy ceo e presidente per l'area Asia-Pacifico di **Saint Laurent**. Ma la sua ascesa verso i piani più alti della griffe parigina era iniziata nel 2015 con la nomina a direttore delle risorse umane, per diventare successivamente chief commercial officer nel 2021. All'inizio della sua carriera ha lavorato nell'ambito delle risorse umane in **Decathlon** e **Dolce&Gabbana**. «Sono orgogliosa di vedere Federico diventare ceo di **Brioni**», ha commentato **Bellettini**.



«Sono convinta che la sua profonda conoscenza del settore e la sua solida esperienza internazionale lo rendano il profilo ideale per guidare il marchio verso la prossima fase del suo sviluppo». A scegliere di scommettere su un nuovo volto è stato anche il gruppo **Prada**, che lo scorso febbraio ha nominato **Silvia Onofri**, ex **Bulgari**, **Bally** e **Vf corporation**, ceo della sua punta di diamante, la griffe **Miu Miu**. Dopo l'uscita di **Benedetta Petruzzo**, alla manager che dal 2023 è stata brand president di **Napapijri**, con l'obiettivo di guidarne la trasformazione e il riposizionamento sul mercato, il compito di continuare a trainare la crescita apparentemente inarrestabile della maison disegnata da **Miuccia Prada**, che nell'esercizio 2024 ha messo a segno un incremento del 93% del fatturato. In precedenza Onofri è stata in **Bally** per 15 anni, durante i quali ha assunto ruoli di crescente responsabilità fino a raggiungere quello di ceo Emea e successivamente di chief commercial global wholesale. La stessa strategia era stata adottata lo scorso anno anche dalla storica casa di moda francese **Balmain**, dal 2016 controllata da **Mayhoola for investments**, quando aveva chiamato al timone **Matteo Sgarbosa**, al tempo international director di **Givenchy** con alle spalle esperienze professionali in **Benetton**, **Mango** e **Gucci**. «Ciò che accomuna questi quattro profili è un background consolidato in ruoli commerciali globali e posizioni di presidente di regione, che si stanno rivelando un ottimo blueprint per chi assume per la prima volta il ruolo di ceo», spiega a **MFF** **Chiara Berlendi**, principal di **Heidrick & Struggles**. «Questi ruoli infatti allenano competenze come la visione d'insieme del business, la responsabilità diretta sul p&l, la leadership cross-funzionale, la sensibilità al mercato e la centralità del cliente, oltre alla visione strategica unita a capacità di esecuzione e alla gestione di team e stakeholder di diverse culture». In generale, riflette poi l'headhunter, nel settore fashion & luxury i dirigenti italiani sono particolarmente richiesti perché «i nostri contesti aziendali so-

no meno strutturati, meno managerializzati» e, anzi, «la nostra cultura forma bene alla flessibilità mentale e alla creatività, al pensiero laterale, all'agilità e alla leadership emotiva». Tutte caratteristiche che risultano particolarmente preziose in momenti di incertezza e volatilità come quello che sta attraversando l'industria della moda e del lusso. Naturalmente ci sono delle eccezioni. Come **Mehdi Benabadji**, che ha lasciato la poltrona di ceo di **Brioni** nelle mani di **Arrigoni** per passare ai vertici di un'altra realtà di **Kering**, ovvero **Ginori 1735**. E anche il recente giro di poltrone nel colosso **Lvmh** ha visto emergere una nuova generazione di numeri uno, nessuno di loro italiano. In primo luogo **Ramon Ros**, attualmente presidente e ceo di **Louis Vuitton Mainland China**, che a partire da luglio assumerà ufficialmente la carica di ceo di **Fendi**. Veterano del gruppo di **Bernard Arnault**, in cui è entrato nel 2013 come amministratore delegato di **Givenchy China** dopo aver iniziato la sua carriera in **Marks & Spencer** per poi passare a coprire posizioni dirigenziali senior in **Diesel** e **Tous**, è diventato direttore internazionale di **Givenchy** nel 2016 prima di spostarsi nel 2020 in **Louis Vuitton Mainland China**. Arriva dalla maison ammiraglia di **Lvmh** anche **Charlotte Couppé**, dallo scorso mese diventata chief executive officer di **Kenzo** dopo essere stata responsabile del ready to wear maschile

di **Louis Vuitton** accanto al direttore creativo **Pharrell Williams**. «Nei momenti di turbolenza, nominare qualcuno che ha già ricoperto il ruolo di amministratore delegato non garantisce necessariamente il successo. Potrebbe infatti essere portato ad applicare un approccio copia e incolla basato su esperienze passate», prosegue l'esperta di **Heidrick & Struggles**. «Ciò che ha funzionato in passato potrebbe non essere più ef-



ficace, il contesto cambia troppo rapidamente e ogni situazione richiede una strategia su misura e flessibile. Ciò detto, non possiamo sapere se altri profili già in carica come ceo siano stati presi in considerazione e abbiano rifiutato. In effetti, chi è già a capo di un'azienda e sta ottenendo buoni risultati, avendo più da perdere, potrebbe non essere attratto da una nuova sfida e decidere di passare oltre». Ma per quale moti-

vo le aziende preferiscono puntare su profili più freschi per guidare i loro brand in un momento così complesso per il settore, invece di affidarsi a ceo con più esperienza? «Chi assume per la prima volta il ruolo di ceo potrebbe essere più propenso a costruire soluzioni nuove, proprio perché ha tutto da dimostrare», conclude Berlendi. (riproduzione riservata)

Federica Camurati



Da sinistra, Federico Arrigoni di Brioni, Silvia Onofri di Miu Miu e Matteo Sgarbossa di Balmain

