

## **Harmont & Blaine S.p.A.**

*Anno fondazione:* 1986

*Sede:* Caivano (Napoli)

*Attività:* produzione, commercializzazione e distribuzione di abbigliamento sportivo

*Stabilimenti e boutique in Italia:* Caivano (Napoli); 67 *boutiques monomarca*; 16 *boutiques a marchio Harmont & Blaine Jeans*

*Stabilimenti e boutique all'estero:* 70 *boutiques monomarca*

*Azionariato:* Domenico Menniti (25%); Vincenzo Menniti (25%); Paolo Montefusco (25%); Massimo Montefusco (25%)

*Fatturato:* 54 milioni di euro nel 2011, 62 milioni di euro nel 2012, 72 milioni nel 2013

*Numero medio dipendenti:* 214 nel 2011, 264 nel 2012 e 464 nel 2013



DOMENICO MENNITI, Presidente e Amministratore Delegato

Chiedo scusa in partenza per il mio intervento. Ho sempre difficoltà ad affrontare discorsi che dovrebbero guardare al futuro, ma che si fanno con la testa girata indietro. Quello che stiamo vivendo è un periodo storico nel quale se siamo sul pezzo giorno per giorno, forse, riusciamo a cogliere ed affrontare le grandi difficoltà e i grandi mutamenti della nostra storia.

Io sono il Presidente e Amministratore Delegato di Harmont & Blaine, la società che produce, commercializza e distribuisce abbigliamento sportivo di classe contraddistinto dal noto marchio del Bassotto (animale da caccia, scaltro, agile e dall'eleganza innata).

Fondata nel 1986 con il nome PDM, Harmont & Blaine (la cui denominazione è stata modificata nel 2006), ha la sua sede principale in Campania, dove è concentrata la produzione di tutte le linee di abbigliamento e accessori. Nel tempo, la gamma dei prodotti è stata ampliata e si è passati dalla sola fabbricazione di guanti in pelle a quella di cravatte e abbigliamento maschile

classico e sportivo al quale si sono aggiunti, nel 2008, le calzature, nel 2009 le collezioni *junior*, nel 2010 quelle femminili e nel 2011 l'*underwear*; da ultimo, nel 2012, è cominciata la distribuzione della linea *denim*. A partire dal 2000, sono state, inoltre, aperte numerose *boutique* in Italia e nel mondo. Abbiamo anche diversificato il nostro *business* aprendo, nel 2009, l'Harmont & Blaine Cafè a Porto Rotondo (Olbia Tempio) cui ne seguiranno altri in prestigiose *location* nazionali e internazionali.



Particolare di camicia



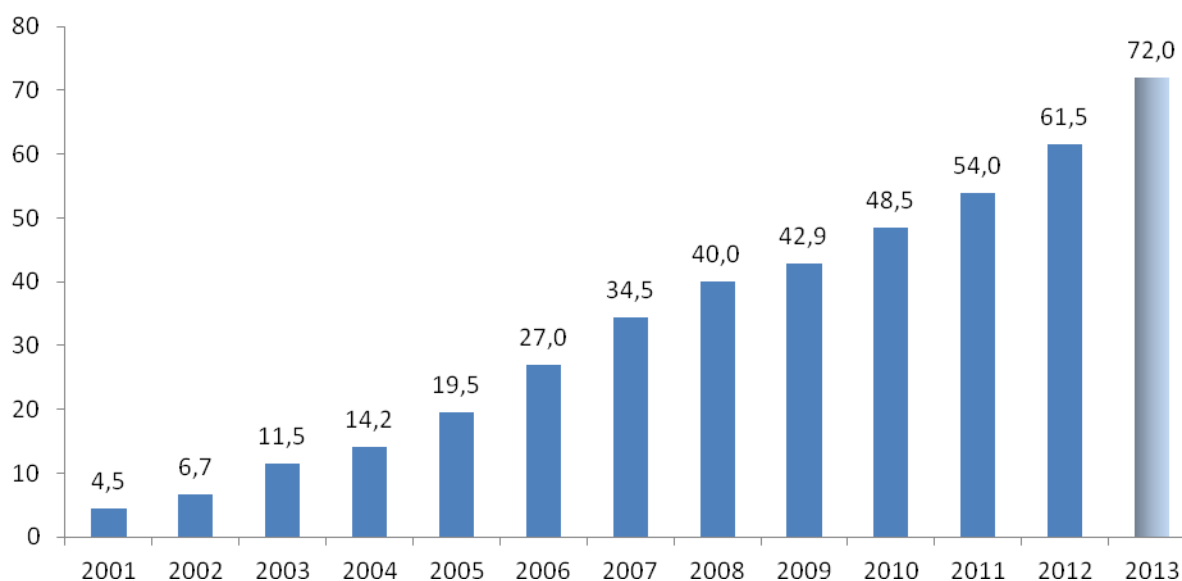
Harmont & Blaine Cafe'

Il nostro Consiglio di Amministrazione è composto da me che sono, come vi dicevo, il Presidente e Amministratore Delegato, da Paolo Montefusco - Consigliere Procuratore - e dai consiglieri Vincenzo Menniti, Renato Montefusco e Massimo Montefusco.



I quattro soci: in alto a sinistra Domenico Menniti, a destra Vincenzo Menniti; in basso a sinistra Massimo Montefusco e a destra Paolo Montefusco

Nel 2001, anno dell'attacco alle Torri Gemelle di New York, fatturavamo pochissimo. Da allora fino al 2008, le percentuali di incremento registrate sono state a due cifre e, anche in costanza di un *trend* di mercato negativo a livello mondiale, abbiamo segnato un incremento superiore al 13% del fatturato per il 2012, con un fatturato di 61,5 milioni di euro rispetto ai 54 milioni di euro registrati nel 2011. Anche il 2013 ha chiuso in crescita a 72 milioni, un +17 % in linea con le previsioni. Nel 2013 i dipendenti sono 464, senza considerare l'indotto.



Fatturato in milioni di euro

Ritengo antistorica e illogica la definizione della soglia della media azienda con i parametri dei 499 dipendenti e dei 330 milioni di fatturato. Noi lavoriamo nel campo dell'abbigliamento e siamo stati a lungo considerati un piccolo fenomeno. Oggi siamo considerati un grande fenomeno perché, pur essendo azienda napoletana – io peraltro sono orgogliosamente catanzarese – riusciamo ad avere i risultati di una brillante impresa del Nord Italia se non migliori. Quando siamo partiti con la nostra avventura, avevamo come *competitor* italiani aziende del ricco e dinamico Triveneto, del Piemonte e delle Marche. Oggi abbiamo un solo *competitors* che si chiama Ralph Lauren e che fattura circa 3 miliardi di dollari. Il problema è che noi siamo nani che combattono contro lo strapotere – non solo in termini di fatturato – ma anche di vantaggi di carattere fiscale che può avere una grande impresa sovranazionale.

I miei dipendenti sono contenti, siamo una grande bella famiglia perché riusciamo a trasmettere tranquillità e sicurezza, ma questo non basta. Il problema dell'Italia è che certo noi – ma soprattutto i nostri antenati – hanno saputo creare delle unicità ed io, per esempio, insieme ad ogni camicia vendo un “pezzetto di Colosseo”, ma quel Colosseo prima o poi finirà. Il Presidente Dardanello accennava al fatto che abbiamo saputo stimolare la voglia di guidare italiano – alludendo alla “Rossa” – ma nel frattempo perdiamo il 45% della produzione di automobili in Italia. C'è qualcosa che non funziona, creiamo il desiderio e non lo sappiamo concretizzare in termini progettuali e fattuali. C'è qualcosa che ci deve indurre a pensare.

La Calabria, di cui sono originario, è il primo produttore di olio d'oliva in Italia. Il nostro vanto è l'agroalimentare, ma non siamo capaci di valorizzarlo. Pensate che le arance nel mondo “parlano” olandese, e voi tutti sapete che l'Olanda è famosa per avere sole, mare e condizioni ambientali favorevoli.... Bisogna dire la verità: eravamo il primo Paese per capacità di attrazione turistica, uno dei motori di crescita e sviluppo anche degli altri settori; ora siamo al settimo posto e

la Turchia ha messo la freccia ed è in condizioni di sorpasso: una città come Antalya fa tanti visitatori quasi quanto Roma. Tutto ciò è inaccettabile.

Non ritengo vero che chi diventa medio fa di tutto per restarci. Ritengo anzi che questo sia un fatto strano che va contro ogni logica della mentalità di un'impresa. Perdonatemi perché probabilmente avrei dovuto parlare di come sono belle le mie camicie, ma sto dicendo un'altra cosa. Questo perché io voglio che continuino a restare le più belle del mondo, ma se non prendo atto della realtà e non la interpreto, sono destinato – come i miei colleghi del Triveneto, del Piemonte e delle Marche – a scomparire da qui a qualche anno. Non lo voglio fare, voglio crescere e per farlo devo conquistare quote di mercato sul piano internazionale. Per fare tutto questo abbiamo approntato un piano industriale che prevede che, entro il 2017, si debba triplicare il fatturato con l'obiettivo della quotazione in Borsa. Abbiamo anche l'intenzione di coinvolgere un socio estero per consolidare il nostro *brand* in altri mercati.

Questo sviluppo dove avverrà? Potrà avvenire in Italia dove la fiscalità sulle aziende è ai massimi livelli e, purtroppo, andrà sempre peggiorando? Pensate che in Svizzera, con il 26% di tasse, riescono a fornire servizi che da noi, con il 60% di prelievo, non si riescono a garantire. Sembra che ci vogliano mandare tutti via. Pensate alle grandi occasioni sprecate: i porti nel meridione potevano diventare piattaforma Europea nel Mediterraneo per intercettare i traffici. Purtroppo non si è fatto nulla tanto che ora Marocco ed Egitto ci possono dare una lezione su cosa significhi fare portualità. Noi oggi riusciamo, infatti, a captare solo l'1,5% del turismo che si muove nell'area mediterranea.

Io mi avvio a chiudere la mia carriera, ma la mia intenzione non è quella di restare nella logica della piccola impresa familiare che è stata la forza in passato, ma – a mio parere – solo nell'ottica di una crescita futura, altrimenti poi si corre il rischio di non farcela. Le 1736 aziende, che sono lo zoccolo duro delle medie imprese in quanto sempre presenti nel decennio 2002-2011, hanno un vizio nella loro esistenza perché lo studio non ci dice in quante generazioni implodono e quanto ci vuole per ricostruire un tessuto economico di piccola impresa che poi diventi media. Si tratta di un'analisi che fotografa, senza scendere, però, nel dettaglio delle dinamiche. Noi abbiamo bisogno di spiegare come facciamo a gestire una nazione da 60 milioni di abitanti. Veramente li possiamo far diventare 60 milioni di artigiani che si devono occupare di produzioni di nicchia? Non è possibile.

Un mio grande rammarico deriva poi dal fatto che ho chiesto di avere assegnati dei suoli nella zona ASI di Napoli a fianco al mio stabilimento. Il risultato è che sono passati otto anni e non ho avuto ancora una risposta. E, nonostante i miei ripetuti solleciti e le mie denunce sui principali quotidiani, su quei suoli adesso pascolano ancora le capre. Non credo che questo sia un Paese dove il mio nipotino possa crescere e vivere.

Quando il Prof. Asso parlava dei salari e dei compensi che crescono maggiormente nel meridione ho pensato che noi abbiamo 464 dipendenti, senza considerare l'indotto, e che, pur avendo contatti molto forti con le Università, ogni tanto ci sentiamo rispondere che, rispetto ad un contratto a tempo indeterminato da noi, si privilegia la possibilità di fare uno *stage* a Milano.

La piccola impresa resta legata al territorio, e possiamo interpretare questo come un fatto positivo, ma lo era nel 1500 quando si creava la “civiltà del borgo”, del paese vicino al fiume accanto al mercato. Oggi il mercato è globale.