

«Jeckerson, vecchio amore»

Pesaro, la sfida di Franco Stocchi: «Ho ricomprato il marchio di jeans perché ha un futuro»

Una storia iniziata a Bologna, un'idea dei fratelli Chionni, giocatori di golf che avevano pensato ad una 'pezza' sulla coscia per asciugarsi le mani. Erano nati i jeans Jeckerson. Da Bologna scendono nelle Marche, e vanno nella valle dei jeans, a Urbania, per incontrare Franco Stocchi, un 're' della jeanseria. La partenza per un marchio che poi ha avuto un grandissimo successo. I fratelli Chionna vengono liquidati dalla società per 9,1 milioni, ma nel 2008 Stocchi vende il brand per 140 milioni di euro. Brand che ora ha ricomprato all'asta al tribunale di Bologna per 5 milioni. Un ritorno al punto di partenza.



Uno show room del brand Jeckerson, nati da un'idea dei fratelli bolognesi Chionni

di **Maurizio Gennari**
URBANIA (Pesaro e Urbino)

«**Ho ricomprato** il brand Jeckerson perché credo sia un grande business». Parola di Franco Stocchi, imprenditore di Urbania che controlla attraverso la Mittel, società quotata in Borsa e che controlla con l'83,6% delle quote, anche i piumini Ciesse e Star Point. «A concorrere per comprare il marchio - dice - eravamo in sette, e mi è costato cinque milioni di euro». **Era da tempo che lei, Stocchi, guardava a Jeckerson...**

«No, in realtà abbiamo deciso di partecipare all'asta non più di due-tre settimane fa, quando i miei consulenti mi hanno detto che il marchio sarebbe andato all'incanto al tribunale di Bologna».

Adesso, però, occorre rilanciarlo.

«Non tanto questo, perché non è stato un brand maltrattato e ha ancora un valore e un suo posizionamento sul mercato. Ha una grande valenza. L'ho acquistato perché credo che sia un business. E credo sia un capo di abbigliamento che rappresenti un modo di essere per persone che puntano all'informale elegante».

Le toppe restano?

«Assolutamente sì. È il tratto distintivo e unico di questo capo di abbigliamento».



L'imprenditore Franco Stocchi

E quanto tempo ci vorrà per tornare a vedere volare il marchio?

«Questo è impossibile dirlo in un mercato come quello dell'abbigliamento, perché i tempi li detta il pubblico, l'acquirente. Bisogna vedere come risponderà la clientela. Per cui non si può dire un solo anno. Potrebbero essere anche due o tre».

E tutto il resto della filiera produttiva e commerciale?

«Per quello non c'è problema, perché le lavorazioni torneranno all'interno della Blue Line di Urbania, dove fra l'al-

tro lavoriamo anche per case di moda francesi e quindi per il segmento lusso. Il problema della distribuzione non c'è, anche se occorrerà affinare alcune cose. L'unico problema sul tappeto è ora quello creare le collezioni e quindi di venderle».

La fabbrica sa reggere una domanda potenzialmente forte?

«Diciamo che stiamo cercando personale specializzato, ma purtroppo non si trova. Questo è un grande problema, perché cerchiamo figure di livello che possono essere o diplomati o laureati e con esperienza».

Altre iniziative in corso, Stocchi?

«Per il momento no. Ma abbiamo anche tre fabbriche metalmeccaniche, due a Fermignano a pochi chilometri da Urbania, che lavorano per la realizzazione dei telai per le moto compresse quelle da competizione, ed un'altra a Torino che opera anche per il settore dell'auto. Tra i clienti abbiamo Peugeot, Bmw ed anche Fiat»

IMPERO DEL TESSILE

«Ho deciso di partecipare all'asta fallimentare tre settimane fa: i pantaloni saranno prodotti di nuovo a Urbania, ma il personale qualificato non si trova»