octobre 2024

Rossini

Un fabricant italien en habit de conquête

Rossini, le fabricant italien de vêtements de travail, affiche de fortes ambitions qui doivent l'amener à réaliser un chiffre d'affaires de 100 millions d'euros d'ici deux ans. L'export s'inscrit dans cette stratégie, notamment la France, où la marque compte faire valoir sa différence dans la distribution professionnelle, comme en témoigne Walter Maltese en charge du développement de Rossini en Europe.

BBI : Rossini s'est lancée sur le marché français des EPI, en janvier 2024. Que représente cette société italienne ?

Walter Maltese, directeur des ventes International : L'entreprise a été créée en 1969, à côté de Milan, par Emilio Rossini, qui disposait d'un petit atelier de production de vêtements de travail. Il avait déjà à cœur de répondre aux besoins des travailleurs, en leur apportant protection et confort.

Aujourd'hui, Rossini est une société familiale, présidée par Marco Rossini, le fils du fondateur. Contrairement à de nombreuses structures à capitaux familiaux en Italie, la famille a fait le choix de confier le management opérationnel à un directeur général. Ainsi, elle se concentre sur les décisions stratégiques, comme les investissements financiers et les acquisitions. Depuis 2022, Alberto Pedroni est donc en charge de la direction générale de Rossini et a pour mission de définir et de mettre en œuvre la stratégie visant à atteindre des objectifs de croissance ambitieux : réaliser 100 millions d'euros d'ici deux ans, par développement organique et par acquisitions. En 2021, l'entreprise a racheté Giblor's, un fabricant italien spécialisé dans le vêtement professionnel pour la restauration, l'hôtellerie, médical et le bien-être). Plus récemment, elle a acquis Willax en Allemagne, qui détient les marques Bullstar et la licence Puma Workwear pour les vêtements de travail, spécifiquement dans le canal Brico en Europe.

Reconnue sur le vêtement professionnel pour l'industrie ainsi que sur le workwear, Rossini a renforcé, à travers ces rachats, son identité sur cet univers. Actuellement, l'entreprise réalise un chiffre d'affaires global de plus de 70 millions d'euros. Elle s'appuie sur 250 employés et une trentaine de bureaux commerciaux. En 55 ans, elle est devenue l'un des leaders du vêtement de travail, en Italie, notamment chez les spécialistes des EPI, la fourniture industrielle et la quincaillerie. En quatre ans, elle a enregistré une croissance de 43%, grâce notamment à son développement sur son marché domestique et à l'acquisition de Giblor's (18,5 millions d'euros).

BBI : Les produits sont-ils toujours fabriqués en Italie ?

W. Maltese : Aujourd'hui, Rossini dispose d'une usine en Tunisie, qui lui appartient en propre. Elle s'appuie également sur une fabrication locale, en Italie, chez un sous-traitant, pour les productions de petites séries et pour bénéficier d'une certaine flexibilité pour tout ce qui concerne la personnalisation au client. Il ne s'agit pas seulement de sérigraphie, d'impression ou de broderie, mais de proposer des modifications sur les vêtements.

Une autre partie de la...

Veuillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter.

Valider

Vous n’avez pas de n° d'abonné ?
Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

S'abonner à la revue