

Re Florence: tante licenze "al polso"

"Una piccola ma solida realtà". Questa è la definizione che la proprietà di Re Florence ama utilizzare per definire la propria azienda, che nel tempo è riuscita a crescere adattandosi alle mutate richieste del mercato

➔ Re Florence nasce negli anni '60 come laboratorio orafa all'interno del quale si produce gioielleria di alto livello; il suo assetto però, si evolve in linea con le esigenze del mercato fino a divenire, nel 1997, "Re Florence S.r.l.", un'unica realtà con funzioni di produzione, commercializzazione e distribuzione dei prodotti. La prima esperienza nel licensing nasce da una intensa collaborazione di Re Florence con una partner americana licenziataria Disney; a seguito di ciò, nel 2003, Re Florence diviene licenziataria ufficiale per la produzione e commercializzazione della linea di gioielli Disney per l'Italia.

A completamento dell'offerta di prodotto Disney, nel 2007 viene acquisita anche la licenza ufficiale Disney Orologi. A questa importante property seguono l'acquisizione delle licenze Winx Club e Gormiti, fino ad arrivare a Ben 10, Il Mondo di Patty, Frankie Garage, Love is..., The Powerpuff Girls e tante altre. Questo brevemente è stato il percorso che ha reso Re Florence una delle realtà aziendali operanti in Italia fra le più impegnate nell'attività di licensing. «Il percorso che abbiamo scelto non è forse dei più semplici» commenta Luca Degl'Innocenti, uno dei titolari dell'azienda. «Operare con il licensing richiede un importante



Re Florence: wrap around your wrist licensing

"Small, but solid" is how Re Florence's owner likes to define his company, with its comfortable growth curve and nose for the market

Re Florence was founded in the sixties as a jewellery laboratory producing high-level pieces, but evolved with changing markets until it morphed into "Re Florence S.r.l." in 1997, a seamless operation that manufactures, sells and distributes its own products. The company's first experience with licensing was through an American partner who was a Disney licensee, then, in 2003, Re Florence became the official Disney licensee in Italy for the production and distribution of a Disney jewellery line. They rounded this off in 2007 when they bought the Disney watch license.

This key property was soon joined by licenses for Winx Club and Gormiti, and later by Ben 10, Patty Feo, Frankie Garage, Love is..., The Powerpuff Girls and many more.

This is briefly how Re Florence became one of the most license-conscious companies in Italy. «We may not have done things the easy way» comments Luca Degl'Innocenti, one of the company's owners. «Licensing requires hefty investments and ongoing product development. But there again branding is a vital factor in today's markets.»

In 2011 Re Florence is presenting a first for the Disney world: watches and jewellery for the "Disney Cuties" and "Mickey Mouse Club House" properties. They're also hard at work promoting their new Ben 10 Ultimate Alien collection.

Kazachok: «Why did you choose these properties?»

Re Florence: «Well, it wasn't just a lucky dip! We base our choice on market surveys giving statistics and feedback on the market itself, on the brands and on the investments licensors are making. Then of course there is an element of luck and having a good nose for what consumers are going to like.»

impegno finanziario e un continuo investimento nel prodotto. Allo stesso tempo, oggi giorno l'importanza del marchio risulta uno dei punti di forza nel mercato. Mi sento di affermare, comunque, che in un settore che si fa sempre più agguerrito come quello dell'orologio, riusciamo a mantenere la nostra importante quota grazie all'elevata qualità dei nostri prodotti che, a parità di property, riescono a differenziarsi da quelli dei nostri concorrenti.»

Nel 2011 Re Florence presenterà delle novità assolute nel mondo Disney: orologi e gioielli per le properties "Disney Cuties" e "Mickey Mouse Club House". Inoltre

K.: «C'è qualcuno che vi consiglia?»

R.F.: «No, abbiamo una responsabile interna che si occupa del licensing.»

K.: «Puntate solo su properties "affermate" o avete mai provato con qualcosa più di nicchia?»

R.F.: «Il tipo di prodotto che vendiamo, per essere ben riconosciuto, ha bisogno di un buon livello di maturazione del marchio. Per questo motivo non abbiamo bisogno di essere pionieri nello sviluppo di nuovi articoli, anche se, ovviamente, alcuni marchi richiedono maggiore coraggio nell'investire.»

K.: «Do you always go with very well-known properties or have you ever tried something more in the niche sector?»

R.F.: «The type of product we sell needs recognition and mature brands. We aren't pioneers with a need to push new articles, although you do have to be brave when it comes to investing in some brands.»

K.: «Do you develop your own designs for your watches?»

R.F.: «We do. Most of our production is in the Far East, but the models, the design input and the quality are all pure "made in Italy".»

K.: «Which countries are you in?»

R.F.: «Our licenses are mainly aimed at the Italian market, but people from abroad do ask for our products fairly frequently, mainly because of their reputation for quality and our good name as a solid company.»



protrarrà il proprio impegno sulla property Ben 10, presentando la nuova collezione Ben 10 Ultimate Alien.

Ma certamente il momento più atteso è quello dell'investimento in nuove licenze che rappresenteranno le nuove tendenze nel settore dell'orologio, e non solo.

Kazachok: «Come mai la scelta è ricaduta su queste properties?»

Re Florence: «La scelta delle varie properties non è stata casuale: i nostri studi si basano su alcuni dati di settore, sui marchi, sugli investimenti previsti dai licensors e infine su un po' di "fiuto e fortuna" che magari sono richiesti in tali scelte.»

K.: «Sviluppate voi i disegni per gli orologi?»

R.F.: «Assolutamente sì. Anche se la maggior parte della nostra produzione è dislocata nel Far East, tutto ciò che è modellistica, design e qualità, sono da intendersi come "made in Italy".»

K.: «In quali paesi siete maggiormente attivi e presenti?»

R.F.: «Le nostre licenze puntano molto al mercato italiano, ma i nostri prodotti sono spesso richiesti anche all'estero, soprattutto per la loro riconosciuta qualità e la serietà della nostra azienda.»

Rossella Cappiello

