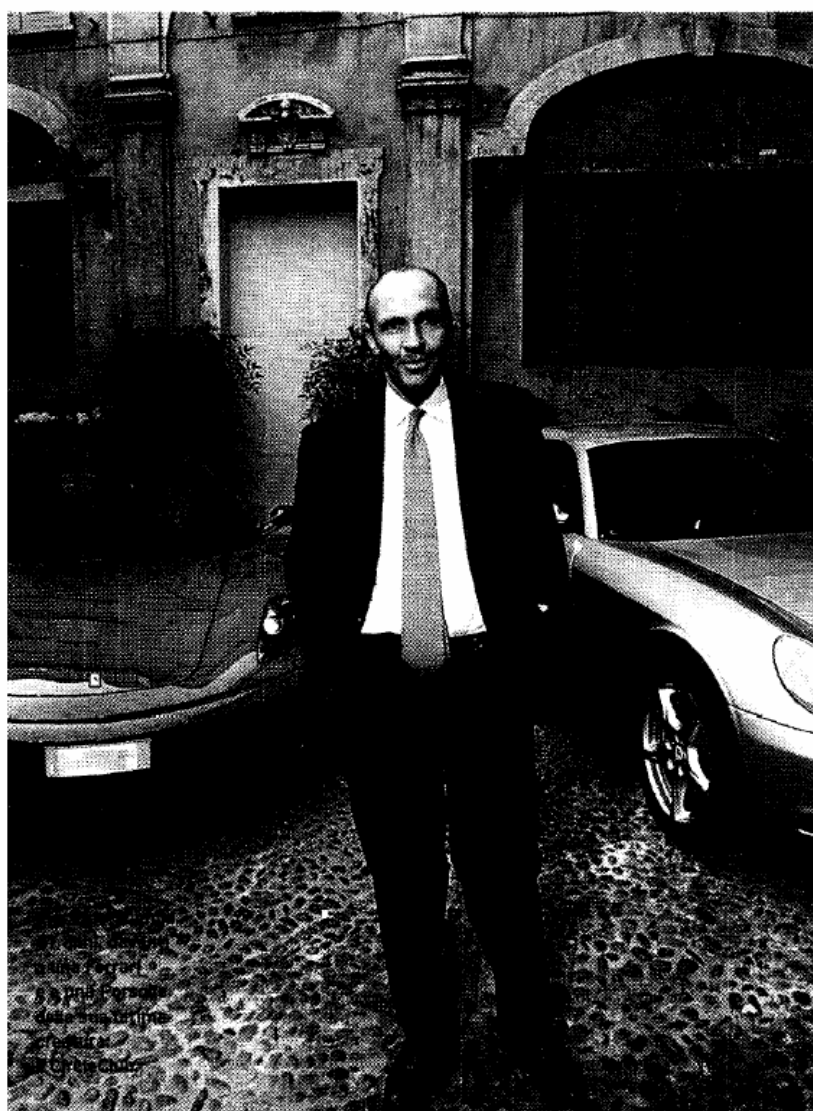


IMPRENDITORI D'INGEGNO | LA SINGOLARE STORIA DI RICCARDO SCHMID

## LE MIE IDEE DA CORSA

Ha inventato Pony Express. Ha fatto scoprire gli outlet agli italiani. Poi ha fondato il sito Internet TravelOnline: tre grandi successi che ogni volta ha venduto con cospicui guadagni. Ora punta al lusso creando CircleClub, che dà ai soci la possibilità di «affittare» Rolls-Royce, Ferrari, un jet privato o grandi barche. Pagando una quota di 20 mila euro l'anno.

Un fattorino della Pony Express a Milano: la prima impresa di Schmid.



di ANTONIO GALDO

«Il lusso che intendo offrire è quello accessibile, anche a chi non ha conti in banca milionari. Una giornata in Rolls-Royce o un jet in affitto possono trasformarsi da oggetti di desideri irrealizzabili a sogni possibili. Nei Paesi anglosassoni la mia formula è molto diffusa, spero che possa funzionare anche in Italia...».

Riccardo Schmid, 47 anni, milanese di origine svizzera con una laurea all'Università di New York, è un singolare tipo di imprenditore di prima generazione. Schmid, infatti, crea le aziende, le mette a regime e poi le vende. Lo ha fatto nella moda (con una catena di negozi outlet), nei servizi (è lui che ha inventato in Italia il Pony Express, il servizio di «portalettere» che ha avuto tanto successo e tanti tentativi di imitazione), nel turismo (con il portale TravelOnline). Adesso Schmid ci prova una quarta volta: con il CircleClub, una sorta di circolo del lusso, dove si entra pagando una tessera di 20 mila euro, equivalenti a mille punti che si consumano per ogni oggetto utilizzato a tempo.

**Perché dovrebbe funzionare il CircleClub?**

Perché i soldi, ormai, stanno diminuendo per tutti. E si può godere il lusso utilizzandolo, senza possederlo. Innanzitutto senza doversi preoccupare



Il sito TravelOnline, fondato da Schmid alla fine degli anni Novanta e poi venduto.

## OCCHIO PER IL BUSINESS

### ORIGINE SVIZZERA

Riccardo Schmid è nato a Milano 47 anni fa da una famiglia d'origine svizzera. Il primo lavoro è a Londra: broker in Sunshine Mining.

### PONY EXPRESS

Negli anni Ottanta inventa Pony Express, il servizio di posta cittadina: ne resta socio fino al 1997, quando vende al gruppo Tnt.

### FASHION E OUTLET

Negli anni Settanta lancia Designers Fashion International, catena di outlet in Gran Bretagna.

### TRAVELONLINE

Nel 1999 Schmid fonda TravelOnline, sito Internet di viaggi che nel 2003 è ceduto alla eDreams.



Un outlet: tra le «invenzioni» di Schmid c'è anche la catena Designers Fashion International.

dell'assicurazione, del parcheggio, del bollo di circolazione e di tutto ciò che rende fastidioso anche il piacere di possedere una bella automobile.

**Lei propone un giro in Ferrari piuttosto costoso...**

Sempre meno dei costi di gestione di un'automobile di lusso che, tra l'altro, appena l'hai comprata vale già un terzo in meno del prezzo di acquisto. La svalutazione, nel caso di questi beni, è notevole e immediata.

### Che cosa offrirà ai suoi soci?

Abbiamo una flotta di Ferrari, Bentley, Aston Martin, Maserati e Mercedes. Ma il club deve garantire ai suoi soci un lusso a 360 gradi.

### Cioè?

Cioè la possibilità per i nostri soci di noleggiare un jet privato, oppure una grande barca a vela, o ancora un appartamento a New York o a Parigi. Sempre con lo stesso sistema di pagamento: ovvero scalando i mille punti contenuti nella tessera di membership.

### E CircleClub quanti soci pensa di raccogliere?

Il nostro target è formato da imprenditori e da professionisti, tra i 30 e i 50 anni di età, con la passione per il lusso. Siamo partiti da un mese e abbiamo già una ventina di soci. Contiamo di arrivare a 70 iscritti che consumeranno, nel corso di un anno, più di una quota da 20 mila euro.

### Per il momento la sede di CircleClub è a Milano. Aprirà filiali anche in altre città?

Entro la fine del 2005 avremo aperto delle sedi di CircleClub a Roma, Torino, Bologna, Firenze e Padova. Il club deve diventare un network nazionale.

### La sua carriera di imprenditore è piuttosto singolare.

Diciamo che mi piace cambiare spesso mestiere. L'ho imparato vivendo a lungo in America e in Inghilterra, Paesi dove nessuno si scandalizza di fronte a chi si sveglia una mattina e decide di iniziare una nuova vita professionale.

**Lei lo ha fatto spesso.**

Spessissimo.

### Partiamo dalla prima avventura: la catena di negozi outlet in Gran Bretagna.

Avevo lavorato come broker nella finanza e mi ero stufato di fare guadagnare i soldi agli altri, così decisi di provare a mettermi in proprio. La mia prima moglie lavorava come rappresentante di una catena di negozi di abbigliamento di lusso in Gran Bretagna. Grandi firme della moda italiana e francese. Così l'idea dell'outlet nacque studiando l'enorme giro d'affari di quelle boutique.

### Non fu un'invenzione proprio geniale: i saldi sono sempre esistiti.

Già, ma in questo caso riuscimmo a mettere in piedi una piccola catena con cinque negozi dove si vendevano, a prezzi scontati, i capi d'abbigliamento della stagione precedente. Fu un grande successo, e i nostri negozi piacquero molto alle signore londinesi.

### Però, successivamente, lei decise di cedere l'intera attività.

Ricevemmo una buona offerta da un gruppo americano e ci rendemmo conto che il mercato dell'outlet si stava concentrando nelle mani di grandi società. Inoltre pensavo già alla prossima avventura.

### Cioè l'importazione in Italia della formula del Pony Express.

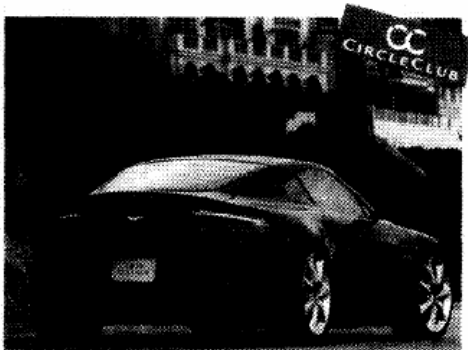
A Londra lo usavano tutti, gli autisti addetti alle consegne erano scomparsi nelle aziende e vedevi migliaia di ragazzi in giro sui motorini a portare buste e pacchi. Così dissi: perché non provarci anche in Italia?

### Pony Express fu la prima società in questo mercato?

Sì, la misi in piedi a Milano con due miei amici dell'università: Luca Sepe e Paolo Vittadini. ▶

## OTTO SUPERMARCHE PER UNA SETTANTINA DI SOCI

CircleClub, fondato in primavera, è il primo club italiano che consente ai soci di utilizzare beni di lusso: automobili, barche, jet privati. Si diventa soci con una quota di 20 mila euro, che dà diritto a una card contenente mille punti «a scalare». Le auto a disposizione, coperte da assicurazione totale kasko, sono Ferrari, Bentley, Aston Martin (foto), Lamborghini, Maserati, Porsche, Bmw e Mercedes. CircleClub ha sede a Milano, ma aprirà uffici nelle principali città.





A lato, Schmid alla guida di una Aston Martin. A destra, un aereo della Tnt: nel 1997 Pony Express fu venduta alla grande compagnia.



FOTOGRAFIA

► **E con quali soldi?**

Con qualche prestito e in autofinanziamento. La formula inglese prevedeva gli abbonamenti, specie per le società, che in Italia significavano 50 tagliandi da 6 mila lire ciascuno. E così riuscimmo ad avere il capitale necessario per la partenza.

**Il servizio funzionò immediatamente?**

Fu un vero e proprio boom, perché anche in Italia le aziende si accorsero subito che potevano risparmiare enormi spese di personale. In poco tempo ci ritrovammo con un fatturato di oltre 50 miliardi di vecchie lire.

**Intanto, però, era arrivata anche la con-**

correnza. Il mio network collaborava con 46 tour operator.

**A quel punto ci fu l'ingresso di soci illustri.**

La Rizzoli e la De Agostini acquistarono, per 15 miliardi, il 40% del capitale della società. Mi sembravano i soci giusti, anche perché potevano fare importanti sinergie con la loro parte editoriale dedicata alle riviste di viaggio.

**Ma questa volta le cose non hanno funzionato.**

Ci furono due fattori negativi. I miei soci, per quanto importanti, iniziarono a tirare i remi in barca di fronte agli investimenti necessari. Il commercio on-

line richiede spese enormi, e continue, per aggiornare le tecnologie. Non puoi mai fermarti nel migliorare la qualità degli impianti.

**Poi ci fu il crollo del turismo dopo la tragedia dell'11 settembre 2001.**

E quello fu il secondo fattore di crisi della nostra attività. Rizzoli e De Agostini si spaventarono, così decidemmo che bisognava vendere.

**Sempre agli americani?**

La TravelOnline è stata acquistata dalla **Edreams**, un gruppo statunitense. Confesso però che oggi ho un grande rimpianto: con più coraggio, potevamo essere uno dei grandi player europei di questo settore.

**Anche questo è un campo dove, però, la concentrazione dei gruppi è diventata molto forte.**

Infatti: bisognava puntare a un'alleanza strategica in Europa. E combattere così alla pari con quei siti americani del turismo online che oggi sono dei

veri giganti e fanno qualcosa come 4 miliardi di dollari di fatturato l'anno. Con margini di guadagno decisamente molto interessanti.

**Dopo l'avventura nel turismo online lei si è fermato per qualche tempo. Paura o una pausa di riflessione?**

Abbiamo venduto TravelOnline nel 2003 e per un paio di anni mi sono guardato attorno. Ho valutato tante idee, anche molto diverse tra loro.

**Per esempio?**

Mi avrebbe fatto piacere importare, in esclusiva per l'Italia, il monopattino con il motore elettrico che in America è diffusissimo ed è diventato un grande business.

**E perché non lo ha fatto?**

Per un problema di numeri. Certo: il mercato, potenzialmente, è enorme. Pensi soltanto ai postini, oppure a quelli che consegnano la spesa a domicilio. In Italia esiste ancora il lattaio. Però il monopattino con il motore elettrico costa ancora 5 mila dollari. Troppi, per il nostro mercato.

**Così siamo tornati a CircleClub.**

Anche in questo caso ho un socio: Paolo Guarnieri, che è stato amministratore delegato di una società svizzera specializzata nel noleggio di auto di superlusso. A lui fa capo tutta la parte tecnica dell'iniziativa, mentre io mi occupo degli aspetti commerciali. CircleClub deve diventare una sorta di status symbol nel mondo del lusso.

**E se dovesse funzionare?**

Vuole sapere se venderò anche questa volta?

**Appunto: venderà?**

Prima devo riuscire a fare funzionare il club. Poi, se dovessi avere una buona offerta...

## In America nessuno si scandalizza se uno si sveglia una mattina e inizia una nuova vita professionale.

**correnza.**

Un giorno dissi ai soci: facciamo una verifica e controlliamo quante sono le nostre società concorrenti a Roma e a Milano. Erano più di cento. Era arrivato il momento di vendere.

**Perché?**

I margini si riducevano, e l'organizzazione su tutto il territorio nazionale aveva dei costi, in termini di logistica e di mezzi, da grande gruppo. E infatti cedemmo la Pony Express alla Tnt.

**E come decise di passare al settore del turismo?**

Era scoppiata la moda di Internet: tutto diventava vendibile attraverso la rete. Così fondai TravelOnline che, in poco tempo, divenne il numero uno in Italia per l'acquisto attraverso Internet di biglietti per aerei e treni e anche di