

1 Kunt u kort beschrijven wat Ferrari Group doet?
“Ferrari Group is een bedrijf dat zich vooral richt op zakelijke klanten. Wij vervoeren goederen van onze klanten, de producenten, naar winkels in de luxe winkelstraten in grote steden. Denk daarbij aan de Via Monte Napoleone in Milaan, of Fifth Avenue in New York.”

2 Hoe verloopt het transport?
“Het eerste deel van het transport is het ophalen van de goederen bij onze klanten. We bereiden dan ook de documentatie voor de douane voor. Daarna rijden gewapende bewakers met beveiligde trucks naar het vliegveld om de goederen te overhandigen aan een bedrijf dat daar de leiding heeft over het laden van vliegtuigen. Zij hebben een speciale, beveiligde goederenstroom, apart van de normale bagage. We gebruiken maar zelden vrachtvliegtuigen, meestal gaan de goederen in een aparte kluisruimte die wij huren aan boord van een normale lijnvlucht. Als het vliegtuig is aangekomen, worden de goederen weer overgedragen aan onze bewakers. Die vervoeren ze van de luchthaven naar de eindbestemming.”

3 Waarom wilde u Ferrari Group naar de beurs brengen?
“Vooral om onze zichtbaarheid te vergroten. Zichtbaarheid richting onze klanten, de grootste luxemerken, maar ook zichtbaarheid richting nieuw talent. Wij investeren veel in maatschappelijk verantwoord ondernemen, in ESG (Environment, Social en Governance, red.) en in de digitale transformatie van ons bedrijf. Dat nieuw talent heel veel kan bijdragen aan de groei van het bedrijf, zagen we al toen we in 2016 ons hoofdkantoor naar Londen verplaatsten. Nu we een beursgenoteerd bedrijf

zijn, kan dat heel goed helpen om het niveau van de mensen die wij aantrekken te verhogen. Daarnaast was er een wens bij de familie om een deel van de investeringen die wij door onze geschiedenis heen hebben gedaan, uit het bedrijf te halen.”

4 Waarom heeft u gekozen voor de beurs in Amsterdam en niet bijvoorbeeld de beurs in Londen waar het hoofdkantoor is?

“Met Italiaanse wortels, een hoofdkantoor in het Verenigd Koninkrijk en activiteiten door heel Europa, was Amsterdam voor ons de perfecte locatie. Vanuit juridisch perspectief lijkt Nederland ook sterk op het Verenigd Koninkrijk. Zo kunnen we de Britse regels voor goed ondernemingsbestuur in Nederland toepassen. Een andere reden is dat we onlangs investeringen hebben gedaan in Amsterdam en dat we proberen onze activiteiten hier uit te breiden. Voor onze klanten en voor ons is het een belangrijke locatie.”

5 Hoe zijn de marktomstandigheden op dit moment?
“Vorig jaar is onze omzet met 5 procent gegroeid. Onder andere door de ontwikkelingen met invoerheffingen heeft de markt voor luxegoederen vanaf de tweede helft van het jaar te maken

‘TIJDENS DE CORONACRISIS IS AL GEBLEKEN DAT JUWEL EN HORLOGES CRISISBESTENDIGE PRODUCTCATEGORIEËN ZIJN’

gehad met wat onrust. Wij zijn er desondanks van overtuigd dat deze markt zal blijven groeien, zeker in de niches waarin wij zijn gespecialiseerd. Tijdens de coronacrisis is al gebleken dat juwelen en horloges crisisbestendige productcategorieën zijn. De vraag naar deze producten is gigantisch, en de productie kan de vraag niet bijbenen.”

6 Bent u niet bang voor de gevolgen van een handelsoorlog tussen de VS en China?
“We hebben in de tweede helft van vorig jaar een afname gezien van de verkoop door onze klanten in China. Dat betekent echter niet dat Chinese consumenten zijn gestopt met het kopen van deze producten. Buiten China, in andere landen in Azië, zien we namelijk een toename. Als invoerheffingen in China stijgen, gaan Chinezen die producten dus in andere landen kopen zoals in Japan, Zuid-Korea of Australië. Voor ons is het enige dat dan verandert de bestemming waarheen we goederen vervoeren.”

7 Hoe belangrijk zijn Aziatische markten voor de groei van de markt en het bedrijf?
“Zuidoost-Azië is heel belangrijk. Veel van onze klanten organiseren daar evenementen gericht op vermogende

