

Quando il look diventa ICONICO

Un marchio di abbigliamento che nasce dall'esigenza di trasmettere una cultura fatta di passione, con l'obiettivo di stagliarsi come icona dello streetwear: questo è Narcotix, The Only Fashion Cartel

Dietro questa nuova promessa dell'abbigliamento si cela però altro. La creatura di Francesco F. Muzi, giovane imprenditore umbro, è solo l'ultima di una lunga serie di attività che hanno solidificato la sua reputazione. Spaziando su vari settori, Muzi ha costruito le fondamenta per quello che ha tutta l'intenzione di diventare un impero: senza fretta e con precisione chirurgica, ma con la consapevolezza che il tempo è denaro. Abbiamo intervistato Francesco F. Muzi per scoprire quello che c'è da sapere sulla sua storia, su Narcotix e sul suo futuro.

Come inizia la tua storia? «A Foligno, nel cuore dell'Umbria. Ho scoperto il mondo dell'imprenditoria da bambino, grazie a mio nonno. È stato lui a trasmettermi i valori d'impresa, a farmene innamorare. Una volta finita la scuola superiore, sono entrato come operaio nella sua fabbrica, allontanandomi dalla comfort zone nella quale vivevo. Ho dato una sterzata alla mia vita, non senza conseguenze negative, ci sono stati periodi bui nella mia adolescenza, ma sono stati anche questi errori a permettermi di crescere. Ho imparato a capire le persone, a rendermi conto delle difficoltà della vita,



ma ho anche scoperto la mia capacità di rialzarmi. Ho subito il fascino del male, del mondo criminale: non dal punto di vista morale, ma da quello imprenditoriale. Ho capito di poter imparare molto da queste storie. Grazie a queste lezioni cambio drasticamente la mia vita. Dopo 5 anni in fabbrica, mi rendo conto che i miei sforzi non vengono riconosciuti e decido di cambiare tutto, di nuovo. La mia storia da imprenditore inizia da qui. La prima attività l'ho aperta a soli 23 anni a Collestrada, il centro commerciale più grande di tutta l'Umbria. Ero ancora fresco dell'esperienza da operaio in fabbrica, ma mi mancava quella da imprenditore autonomo. Ecco perché ho fatto diversi errori, dai quali però ho tratto grandi insegnamenti. È stata la forza delle mie idee a permettermi di entrare a Collestrada, nonostante la giovane età. Mia madre mi ha sostenuto nella prima fase, con una firma su un prestito che ho ripagato fino all'ultimo centesimo: la sua fiducia si è dimostrata ben riposta».

Narcotix è l'ultimo di una serie di business su cui ha investito... «Sì, Narcotix è l'ultimo step di un lungo percorso. A poco più di 20 anni decido di investire nel fotovoltaico: in quel periodo era fortemente incentivato, con rendite fisse garantite per 20 anni. Rimasi stregato dalle possibilità che mi si presentavano. È un investimento che sto ancora pagando, ma le rendite sono ottime. Mi sono però reso conto subito che si trattava di qualcosa che non mi avrebbe permesso di fare subito il passo successivo come imprenditore. La Gamesworld nasce poco dopo, il 28 marzo 2013, ed è la mia prima attività con dei dipendenti, che all'inizio sono 2. Alcune scelte sbagliate in fase di valutazione mi portarono a investire inizialmente un franchising debole, che fallì poco dopo. Seguirono diversi cambi d'insegna, fino a quella attuale, Gamestek, che al momento è la mia attività più longeva. Seguendo con cura il mercato videoludico, ho intravisto la possibilità di un calo nel prossimo futuro e mi sono adoperato per ampliarne le prospettive. Da quest'anno abbiamo inserito il servizio di compravendita di iPhone e smartphone di ultima generazione, usati e rigenerati, con gli accessori, garantiamo inoltre un servizio di assistenza su misura per il cliente. L'intenzione è quella di renderla l'attività predominante all'interno di Gamestek, in modo da anticipare il trend negativo che secondo me colpirà il mondo dei videogiochi».

Cos'è arrivato dopo? «Poco dopo, nel centro commerciale Piazza Umbra di Trevi, ho aperto un fast food di un franchising locale, legato ai prodotti della tradizione umbra. Anche in questo business ho voluto iniziare dall'interno, lavorando sul campo, sporcandomi le mani. Sono convinto che l'unico modo per conoscere al 100% un'attività sia quello di viverla in prima persona. Dopo 4 anni, quest'attività si prepara a evolvere: rinascerà come Fuori Giri Bistrot-Il Team Del Gusto. Un nuovo format di ristorazione, in cui la passione per la tradizione incontra la qualità delle materie prime. In quest'avventura mi accompagnerà Gabriele Sgarretta, che prima di essere un socio, è un amico e un mentore in questo mondo. L'immaginario d+i riferimento sarà quello del mondo delle corse automobilistiche: l'esempio perfetto di un mondo che +incarna al contempo estrema precisione, qualità e rapidità, i valori alla base di Fuori Giri Bistrot».

“Non si tratta di avere clienti, ma di creare una rete inclusiva, che li renda parte del brand stesso. Infatti la frase che abbiamo scelto come claim, *The Only Fashion Cartel*, ne è la sintesi perfetta”

rendere ciascun *drop* un culto per gli appassionati, un elemento che li unisca. Lo scopo di Narcotix è dar vita a un movimento dai valori e dall'estetica condivisi, unici».

Qual è la realtà del vostro settore, in questo momento molto complicato?

«In questo momento la vedo male. La mia esperienza però mi ha portato a non essere il tipo di persona che si lamenta per come vanno le cose, quindi in questi giorni mi sono mosso in maniera indipendente. Ho investito su diversi corsi di specializzazione, per ampliare gli orizzonti su cui puntare. Mi sto specializzando nel trading online, a maggio inizierò a muovere i primi passi nel settore dell'editoria, nel self publishing. Ho avviato un progetto legato al mondo degli affitti. Il mondo del fisico in generale è in calo e lo sarà ancor di più dopo questa crisi mondiale, quindi mi sono chiesto come ripartire. Non investirò nel retail e nelle attivazioni "fisiche" nei prossimi mesi, mi concentrerò sull'online. Sarà lo stesso per Narcotix: stiamo riprogrammando l'attività per le settimane a venire, in modo da lanciare un drop che sia perfetto per la stagione estiva. L'obiettivo è di rilanciare il prima possibile tutto al 100%. L'unica attività fisica su cui ho intenzione di puntare fin da subito è Fuori Giri».

Quali obiettivi ti prefiggi con Narcotix? «È il mio progetto più ambizioso, l'obiettivo è solo uno: diventare il migliore, diventare un'icona. Punto al top, per farlo ho intenzione di allargare il team, potenziare gli investimenti, uscire dai confini italiani. Entrare nell'olimpo dello streetwear mondiale».

Quali sono i progetti per il futuro delle tue attività? «Tra 5 anni avrò fatto il mio primo milione di euro. Non ci sono altri scenari possibili».

INFO: <https://francescomuzi.com>, www.narcotix.it
francesco.filippo.muzi@gmail.com
Facebook: francesco.muzi.58, Instagram:
ff.muzi, LinkedIn: francesco filippo muzi



▶▶ **Però non ti sei fermato qui, giusto?**

«In generale non mi fermo mai: parallelamente a Narcotix sto infatti seguendo nuovi corsi di specializzazione legati ad ambiti diversi. Voglio essere consapevole di tutte le opportunità che mi circondano, senza precludermi niente».

Arriviamo a Narcotix: come nasce? Qual è l'ideologia del brand?

«Come ti raccontavo, porto da sempre con me questa fascinazione per ciò che risiede "nel lato oscuro della forza", per dirla alla *Star Wars*. L'estetica di un certo tipo di mondo criminale ha un immaginario potente, d'impatto. Ovviamente non intendo legittimare la criminalità. Anzi, si tratta di un ribaltamento di prospettiva. Narcotix nasce così, vuole imporsi come un punto di svolta nello streetwear. Il concetto alla base è il senso di comunità, di appartenenza: Narcotix non vuole parlare a tutti, vuole parlare a chi sceglie di sposarne la causa, a una community fidelizzata. Non si tratta di avere clienti, ma di creare una rete inclusiva, che li renda parte del brand stesso. Infatti la frase che abbiamo scelto come claim, *The Only Fashion Cartel*, ne è la sintesi perfetta. Abbiamo già in programma attivazioni focalizzate a creare una sinergia tra Narcotix e gli acquirenti: contest, *giveaway*, partecipazione agli shooting e eventi promozionali in giro per l'Italia. Chi deciderà di legarsi a Narcotix potrà verificare di persona la sua importanza per il brand. Ogni capo sarà numerato e non verrà prodotto nuovamente, ciascun capo stabilisce un legame tra il brand e la persona. L'obiettivo è