

# MF

f a s h i o n

**SUL NUOVO SITO WWW.MFFASHION.COM  
TUTTE LE GALLERY FOTOGRAFICHE  
E GLI APPROFONDIMENTI LEGATI  
ALLA FASHION WEEK DI RIO DE JANEIRO**

## Valentino vola in Qatar e corre verso i 390 milioni

**La maison, martedì, è passata a tutti gli effetti sotto il controllo di Mayhoola, portando in dote un turnover che nel 2012 dovrebbe crescere di oltre il 20%. «Questo è stato un anno con risultati superiori alle nostre attese», ha spiegato l'ad Sassi**

**V**alentino è ufficialmente arrivata in Qatar. Nella giornata di martedì, con le firme nel quartier generale milanese di via Turati, Mayhoola, società partecipata dall'emiro del Qatar Hamad bin Kalifa al-Thani, ha concluso l'acquisto dell'intera partecipazione nella casa di moda facente capo a Permira per una cifra mai ufficializzata ma stimata nell'ordine dei 720 milioni di euro (vedere *MFF* dello scorso 13 luglio). Ad annunciarlo è stato Stefano Sassi, amministratore delegato della griffe, volato in questi giorni nel paese arabo per iniziare a ragionare sulle strategie da portare avanti per lo sviluppo futuro del marchio la cui direzione creativa è affidata al duo Maria Grazia Chiuri e Pierpaolo Piccioli. Punto di partenza, i risultati raggiunti negli anni del riposizionamento, a partire dalla sensibile crescita del fatturato, pari a circa il 60% tra 2009 e 2012. E se l'ultimo bilancio ufficiale, quello del 2011, ha evidenziato un giro d'affari di 322 milioni di euro con un ebitda di 22,2 milioni, l'obiettivo per l'anno in corso è quello di chiudere con un turnover intorno ai 390 milioni di euro di ricavi, vista la progressione tra il '11 e il '12 registrata nei primi nove mesi. A tirare le fila di questo passaggio, preludio di un nuovo corso, è stato lo stesso Sassi in questa intervista a *MFF*.

*continua a pag. 11*

IL BACKSTAGE DELLA SFILATA VALENTINO PRIMAVERA-ESTATE 2013

### Labelux, Lam torna ai suoi fondatori

**Derek Lam** e **Jan-Hendrik Schlottmann**, rispettivamente fondatore e ceo del griffe newyorkese **Derek Lam**, tornano in possesso del proprio marchio, creato dal duo nel 2003. Ad annunciare la vendita è la stessa **Labelux**, il gruppo del lusso che ha acquisito nel 2008 una quota di maggioranza della società. «Abbiamo preso la decisione strategica di concentrare la nostra attività sui prodotti in pelle e sulle calzature di lusso, mirando a una forte crescita di sinergie e valori a lungo termine per il gruppo», ha commentato **Reinhard Mieck**, amministratore delegato di Labelux. Mentre Lam aggiunge: «Io e Jan siamo entusiasti di riprendere in mano la leadership della nostra griffe. Ringraziamo Labelux per il supporto strategico negli ultimi quattro anni, che ha permesso all'azienda di affermarsi nel mercato del lusso globale».

### Casablanca, al via la fashion week

Aprè oggi la settima edizione di **FestiMode Casablanca fashion week**, prima passerella per la moda contemporanea in Marocco, ospitata nella suggestiva cornice della Cathédrale du Sacré-Cœur fino al prossimo 10 novembre. Con una novità: la kermesse, riservata precedentemente ai talenti marocchini, da oggi apre le porte anche a designer provenienti dal bacino del Mediterraneo, come l'italiano **Paolo Errico** e la turca **Hatice Gökçe**; sfileranno nei tre giorni di fashion shows insieme ai creativi locali **Mehdi Khessouane**, **Fadila El Gadi**, **Siham Sara Chraïbi**, **Said Mahrouf**, **Ghitta Laskrouif** e **Noureddine Amir**. La Fcfw intende affermarsi quale capitale della moda, divenendo un protagonista attivo nello sviluppo dell'industria creativa del Marocco, con l'ambizione di inserirsi tra le più prestigiose fashion week worldwide.

segue da pag. I

**Da martedì il controllo della Valentino è dunque ufficialmente passato in Qatar?**

Martedì mattina è stato effettuato il closing dell'operazione e, da quel momento, i qatari sono a tutti gli effetti proprietari della maison **Valentino**. Inizierà a operare un nuovo consiglio che sarà a breve in piena attività. Finora, nei mesi dell'interim, abbiamo iniziato a lavorare insieme e a ragionare sugli sviluppi del marchio. Ma, concretamente, sarà nei prossimi mesi che si comincerà a programmare il futuro in termini strategici, partendo proprio da una riflessione sulle ottime performance registrate dal retail. Favorito dal restyling delle boutique, partito a febbraio da quella di via Montenapoleone a Milano (rispetto a due anni fa, prima del rinnovo, le vendite dello store sarebbero cresciute di circa il 70%, ndr).

**A tal proposito, come è andato il 2012?**

Il 2012 è stato un anno incentrato sul processo di cessione, durante il quale abbiamo performato ottimamente, archiviando risultati persino superiori alle nostre attese. Da

gennaio a settembre, il turnover è cresciuto tra il 23 e il 24%, trend che dovrebbe essere confermato di qui a fine anno. Tutti i mercati principali di riferimento delle tre aree strategiche, Europa, Stati Uniti e Asia (escluso Giappone) sono cresciuti a doppia cifra. Inoltre, abbiamo aperto il nostro raggio d'azione al Brasile dove, a settembre, abbiamo inaugurato una boutique Valentino e una **Red Valentino** nel mall **Cidade Jardim** di



Stefano Sassi

São Paulo. Il consumatore brasiliano sta gradualmente diventando strategico per le maison del lusso. Lo abbiamo verificato dagli acquisti che gli abitanti del paese sudamericano effettuano all'estero nelle nostre boutique monomarca. E abbiamo da questo capito quanto il marchio sia forte in Brasile (vedere altro articolo a pagina III).

**Per quanto concerne le varie categorie di prodotto, come si chiuderà questo 2012?**

Tutte le categorie di prodotto hanno performato ottimamente. In particolare, la progressione più significativa è stata registrata dalle calzature che hanno contribuito nel portare gli accessori a pesare globalmente tra il 30 e il 35% sul turnover complessivo di Valentino.

**E il menswear, come sta andando? Continuerete a sfilare a Firenze durante Pitti immagine uomo?**

Nei piani c'è l'obiettivo di un ulteriore rafforzamento di questo business, che ha ancora un grande potenziale di crescita. Per quanto riguarda Pitti, ancora è presto per dire se ci sarà una continuità in futuro.

**Ancora presto anche per parlare di nuovi opening worldwide?**

Ne parleremo una volta che avremo iniziato a confrontarci con **Mayhoola**. Adesso è presto per qualsiasi dichiarazione in merito, proprio perché stiamo per iniziare una riflessione comune su come orientare e in che direzione portare il business plan futuro. (riproduzione riservata)

Chiara Bottoni

## News

a cura di Alice Merli

**Eyewear, fatturato a -1,9%**

Secondo un'indagine condotta da GfK, il mercato dell'eyewear in Europa archivia il primo semestre dell'anno in corso con ricavi a -1,9% rispetto al 2011. Tiene il settore delle montature (+2% a volume), mentre scivolano gli occhiali da sole (-7%) e i marchi in licenza (-5%).

**Debenhams rilancia Clark**

Il department store Debenhams si prepara a rilanciare **Ossia Clark** (nella foto), il marchio britannico icona degli anni 60. La nuova label **Ossia Clark London** debutterà in 45 negozi Debenhams in tutto il Regno Unito a partire da febbraio 2013. La prima collezione sarà formata da 95 pezzi firmati dal direttore creativo del brand **Nicholas Georgiou**.

**Ovs, capsule con Unaid**

Ovs sostiene, con **Unaid**, la giornata mondiale di lotta contro l'Aids lanciando **Make love with**, una capsule collection di top e T-shirt disegnata dai nuovi nomi della moda (nella foto) come **Lavinia Biagiotti**, **Rachele Cavalli** e **Maria Sole Ferragamo**. I fondi sosterranno la campagna **Getting to zero** di **Unaid**. La capsule sarà in vendita dal 1° dicembre, negli store Ovs e sul sito online.

**Fiorucci, primo store a Bari**

**Fiorucci** ha aperto a Bari, in piazza Umberto I, il suo primo concept store (nella foto). Distribuito su due livelli, lo spazio, firmato dal colosso svedese dell'arredo **Ikea**, accoglie l'abbigliamento, gli accessori e il profumo del marchio controllato dalla giapponese **Edwin**. L'opening segue le aperture dei **Pocket store** a Capri, Napoli oltre a diversi corner in Campania e Toscana.

**Benetton riorganizza Fabrica**

**Benetton** riorganizza il direttivo di **Fabrica**, il centro di ricerca sulla comunicazione del gruppo. Il consiglio di amministrazione sarà infatti guidato dal nuovo presidente **Alessandro Benetton**, che sarà affiancato da **Dan Hill** con il ruolo di managing director e da un nuovo advisory board presieduto da **Paul Thomson**, rettore del **Royal college of art** di Londra. (riproduzione riservata)

## Appuntamenti

**MOSCA CELEBRA ALBERTA FERRETTI****Una mostra, una sfilata-evento e un premio per la stilista italiana**

Una mostra retrospettiva, una sfilata-evento e un award alla carriera. La designer **Alberta Ferretti** si prepara nei prossimi giorni a essere celebrata nella capitale russa, con una serie di manifestazioni a lei dedicate. Iniziate ufficialmente ieri sera presso il **Krasny Oktyabr**, attraverso il taglio del nastro della mostra promossa dalla **Presidenza del Consiglio dei Ministri** dal titolo «Nation of Fashion», che ospita un abito della stilista, a fianco di creazioni di altri mostri sacri del **Made in Italy**. L'evento clou però si consumerà il prossimo 13 novembre, con l'apertura ufficiale e relativa cena di gala presso il **Petrovsky passage**, della mostra retrospettiva «**Alberta Ferretti: a timeless romance**». Il percorso espositivo, in scena fino al 15 dicembre, ripercorrerà alcuni momenti cruciali della storia del marchio, attraverso alcune famose creazioni prêt-à-porter, demi-couture e dell'etichetta **Alberta Ferretti forever**, indossate da celebrities internazionali. La mostra dedicata ai 56 abiti, divisi su otto oasi, è stata resa possibile grazie al supporto di **Bosco dei Ciliegi**, partner di **Alberta Ferretti**, già proprietario dei due flagship della designer, rispettivamente presso il **Petrovsky passage** e **Gum**. «Questo evento cementa il magnifico rapporto con il nostro partner **Bosco dei ciliegi**, e con la ormai affezionatissima clientela russa. Donne di un paese in grande trasformazione, da sempre importante per la mia moda e che oggi mi emoziona con questi importanti riconoscimenti», ha spiegato la stilista a **MFF**. Già pronta il 14 novembre prossimo presso l'hotel **Ritz** di Mosca, a ritirare il **Legendary brand award**, premio promosso da **World fashion channel**, assegnato alle figure che si sono più distinte internazionalmente nel mondo della moda e del lusso nel 2012. Per questa occasione speciale **Alberta Ferretti** presenterà una sfilata evento della sua ultima collezione primavera estate 2013 per un pubblico selezionato di celebrità russe, stampa e socialite. (riproduzione riservata) **Fabio Maria Damato**



Alberta Ferretti

## Retail

**Milano, Arnault e Pinault mettono gli occhi su via Montenapoleone**

Grandi manovre a Milano, in via Montenapoleone, nei giorni scorsi. Secondo quanto risulta a **MFF** i due colossi francesi **Lvmh** e **Ppr** sarebbero infatti pronti ad acquistare nuovi spazi retail per i loro marchi dando il via a un vero e proprio risiko di boutique tra trasferimenti e new entry blasonate. Il gruppo guidato da **Bernard Arnault**, che ha appena traslocato **Dior**, starebbe studiando la ricollocazione di **Fendi** in una location più grande proprio in **Montenapoleone** (lo spazio attuale in via Sant'Andrea sarebbe pronto per **Berluti**, altro marchio del portfolio di **Arnault**). Allo stesso tempo **François Henri Pinault** sarebbe pronto a sposare il reddito business di **Bottega veneta**, oggi al numero 5, nella location al numero 27 occupata dall'ex negozio **Saint Laurent**, in fase di ristrutturazione. Considerando che la griffe disegnata da **Hedi Slimane** è già approdata in via del Gesù, nell'ex store **Briani**.

IN EDICOLA CON MF

CASA ITALIA

UN GRANDE PORTFOLIO PER SVELARE IL FUTURO DELLA CREATIVITÀ MADE IN ITALY, RITRATTA NEI SUGGERITIVI SPAZI DI VILLA NECCHI CAMPIGLIO NEL CUORE DI MILANO

IL PRIMO E UNICO MAGAZINE CHE RACCONTA LA MODA IN DIRETTA

Bilanci

## Stone Island, ricavi a +16% Vola anche l'Italia (+13%)

In tre anni il marchio di Rivetti è cresciuto del 76%. In arrivo due nuovi store, Cannes in dicembre e Firenze a gennaio. Boom di fan su Facebook (100 mila solo nel 2012). **Alessandro Wagner**

**S**tone Island prende definitivamente il volo nell'anno del trentennale della fondazione del brand. Innanzitutto in termini di decollo delle vendite, con la previsione di chiudere l'anno a +16%. Ma è il rafforzamento della brand awareness, con il collegato agguancio delle generazioni più giovani, l'aspetto più rilevante dell'esercizio che sta per concludersi. Un successo più difficile da quantificare rispetto all'andamento delle vendite, ma Facebook offre un riscontro: ieri pomeriggio i fan erano giunti a quota 167.746: «E 100 mila sono arrivati solo quest'anno», ha spiegato a *MFF* **Carlo Rivetti**, patron di **Sportswear company**, la società a cui fa capo Stone Island. «Il fenomeno della crescita dei fan è di proporzioni tali da aver stupito anche noi», ha raccontato, «ma abbiamo potuto constatarlo in occasione dei quattro eventi di presentazione del libro sui trent'anni di Stone Island nelle boutique di Milano, Roma, Verona e Manchester: la gente era in coda per prendere il libro, tutti avevano ad-

dosso un capo Stone spesso storico, ma soprattutto era pieno di giovani, di ragazzi». Un apprezzamento che ha trovato puntuale riscontro nelle vendite, sostenute anche da una riorganizzazione del ciclo produttivo: «Che oggi ci permette di essere puntualissimi con le consegne, anzi per certi rivenditori siamo pronti addirittura troppo presto», ha aggiunto ancora Rivetti, rivelando che sono in arrivo due nuovi opening (a Cannes in dicembre e a Firenze in gennaio) e anticipando i numeri del 2012. «La stima è quella di chiudere l'esercizio a 59 milioni di euro con una crescita del 16% sull'anno precedente. E non solo grazie all'estero, ma anche

all'Italia, dove siamo cresciuti del 13%». Risultati che arrivano dopo i precedenti due anni di forte crescita (in tre anni i ricavi hanno registrato un balzo del 76%). E con



Qui sopra, un look firmato Stone Island

l'aspettativa di continuare su questa strada anche l'anno prossimo: l'ordinato della p/e 2013 segna +15,4%. «Credo che la crisi ci abbia in qualche modo premiati», ha concluso Rivetti, «perché ha fatto emergere i veri valori, ha spinto i consumatori a una maggiore attenzione alla qualità e alle specificità del prodotto, dei materiali e delle soluzioni, alla ricerca che c'è alle spalle. E questi sono proprio i nostri punti di forza». (riproduzione riservata)

## Indiscrezioni

**Ackermann, Albino ed Erdem in corsa per Balenciaga, Vionnet e Schiaparelli Dove, all'orizzonte, spunta Ghesquière**

Tre maison al giro di boa creativo e tre vedette dello stile pronte a guidarle. Il primo della lista è **Haider Ackermann** che, secondo quanto risulta a *MFF*, sarebbe in pole position per il timone creativo di **Balenciaga** dopo l'addio, improvviso e volontario, di **Nicolas Ghesquière**. Che avrebbe lasciato la maison del gruppo **Ppr** dopo 15 anni di onorata carriera e si starebbe preparando a prendere le redini di **Schiaparelli**, storico marchio francese acquisito da **Diego Della Valle**, anima del gruppo **Tod's**. In realtà per il timone della griffe in pole position ci sarebbe anche il londinese **Erdem Moralioglu**, designer che si nasconde dietro il marchio **Erdem**. Last but not least **Albino D'Amato** sarebbe il nuovo stilista di **Vionnet**. Un giro di poltrone che rende l'idea di quanto sia in fermento il gotha del prêt-à-porter francese dopo l'arrivo di **Raf Simons** da **Dior** e il passaggio di **Hedi Slimane** a **Saint Laurent**, altra maison dell'orbita Ppr. E sarebbe stata proprio la presenza ingombrante di Slimane nel gruppo di **François Henry Pinault** a far compiere un passo indietro a Ghesquière che avrebbe deciso per Schiaparelli (il mistero intorno a Ghesquière è alto visto che sarebbe in trattative con la **Lvmh** di **Bernard Arnault** per varare il suo brand, ndr). Il condizionale è quanto mai d'obbligo visto che i rumors dovrebbero invece per fatto l'ingaggio di Moralioglu, lo stilista anglo-canadese ex **Vivienne Westwood** e **Diane von Fürstenberg** che dal 2005 crea il suo brand, tra i più apprezzati della new generation londinese. Considerato il nuovo **Lacroix**, Erdem è, soprattutto, tra i grandi protégé di **Anna Wintour**, la potente direttrice di **Vogue America**. In Italia, invece, dopo **Rodolfo Pagliarunga** e la parentesi del duo **Barbara e Lucia Croce** Vionnet starebbe affidando le armi. E la **Go To Enterprise Sarl** dell'imprenditrice kazaka **Goga Ashkenazi**, che ha rilevato la maison da **Matteo Marzotto** e **Gianni Castiglioni**, avrebbe scelto Albino D'Amato, operativo da ieri sulla nuova collezione. Non resta che attendere e vedere se e come i rumors circolati tra Parigi e Milano si trasformeranno in realtà. (riproduzione riservata)

**Michela Zio**

Eventi

## Rio, la fashion week diventa più globale

Le sfilate di Fashion Rio, al via ieri, e il salone Rio-à-porter scommettono sull'internazionalizzazione e accelerano negli investimenti con uno stanziamento di 15 milioni. **Francesca Manuzzi (Rio de Janeiro)**

**U**n dolce flusso di positività, tutto brasiliano, anche durante la crisi. Rio de Janeiro mantiene alto il nome del Brasile. La città verde-oro, al secondo giorno delle sfilate di **Fashion Rio** (ieri durante il primo giorno di show al Pier Mauá hanno sfilato i primi sette designer tra cui **Herchovitch, Oh boy, Alessa e Tng**), si fa ammiraglia di un Dna sempre più glocal, come ha raccontato **Evilasio Miranda** di **Abit**, durante una conferenza informale all'hotel **Fasano**: «Il Brasile è conosciuto nel mondo per la sua flessibilità. Anche il nuovo calendario mostra che abbiamo il coraggio di fare diversamente, nonostante le difficoltà del momento. Tutto in funzione del bene del Brasile, che mira a un

processo d'internazionalizzazione sempre più forte e che **Abit** supporta». Al molo sveltano argani giganti, quasi a simboleggiare il lavoro e l'intenzione di potenziare ai massimi livelli quella che rappresenta sempre più una meta imprescindibile dai calendari. Discorso non nuovo ai brand, fortemente presenti sul mercato carioca. E ieri se n'è avuta un'ulteriore conferma. Al terzo piano dello **Shopping Leblon** ha aperto il nuovo concept store di **RedValentino**: 100 metri quadrati di legno bianco e metallo invecchiato, rifiniti con cotone quilted, studiati ad hoc per ospitare i look romantici e bohémienne ideati da **Maria Grazia Chiuri** e **Pierpaolo Piccioli**. Quindi, brand che approdano a Rio, ma viceversa anche export dei goods

brasiliani. Con Rio in testa, che cresce del 3,1% nei primi quattro mesi del 2012 (a seguire São Paulo e Santa Catarina, che soffrono rispettivamente di un calo di 55 e 53 punti percentuali rispetto al 2007, ndr). Ovviamente la crisi non ha esonerato il made in Brasil che, secondo i dati elaborati da **Sistema Firjan**, ha subito una flessione del 44% rispetto al non troppo lontano 2007, passando dai 91,6 milioni di dollari ai 50,8 milioni di oggi. Ma gli investimenti diventano sempre più forti, raggiungendo il picco storico quest'anno con 40 milioni di real (circa 15 milioni di euro), impiegati per la realizzazione delle tre edizioni di gennaio, maggio e novembre 2012 di **Fashion Rio e Rio-à-porter**. (riproduzione riservata)



Sopra, un look Patrizia Gimenez

## WOMEN SPRING/SUMMER 2013

### INTERVIEW

**ALEXANDER WANG**  
**TOMAS MAIER**  
@ Bottega veneta  
**DAMIR DOMA**  
**ANNA MOLINARI**  
@ Blumarine  
**ISABEL MARANT**

### PORTFOLIO

**HEDI SLIMANE**  
@ Saint Laurent

### TREND

**SMOKING PLEASE!**  
**CHIC PLEXIFICATO**  
**LADY OP**  
**ART-À-PORTER**  
**VEDO NUDO**

### THE BEST

**CALVIN KLEIN**  
**TOM FORD**  
**FENDI**  
**DOLCE & GABBANA**  
**PRADA**  
**VALENTINO**  
**DRIES VAN NOTEN**

### HIT LIST

**IL RISIKO**  
**DEL MADE IN ITALY**  
**BRAND NEW**  
**DUELLI DI MODA**  
**BUYER, LE PAGELLE**



## COSÌ I LUXURY STOCKS NELLE PIAZZE MONDIALI

Dati in dollari

STATI UNITI	Prezzo ieri	Var.%	% 12m
Abercrombie & Fitch	33,09	-2,7	-43,2
Avon Products	14,83	-2,4	-21,9
Coach	57,42	-0,6	-12,3
Estee Lauder	58,91	-1,5	0,2
Fifth and Pacific	11,93	-1,5	42,5
Fossil	83,12	-1,3	-12,3
Gap Inc	35,34	-1,7	76,8
Guess	23,90	-2,5	-24,1
Lululemon Athletica	70,04	-2,1	21,9
Michael Kors	54,77	-1,9	-
Nike Inc	95,27	-0,9	-0,2
Phillips-Van Heusen	112,22	-1,7	52,8
Polo Ralph Lauren	156,30	-2,6	-1,7
Revlon Inc	15,00	-2,7	0,3

Saks Inc	10,18	-2,6	-4,2
Tiffany & Co	63,23	-3,3	-18,7
Tumi Holdings	21,45	-6,4	-
V.F. Corp	158,22	-1,5	16,4

Dati in euro

ITALIA	Prezzo ieri	Var.%	% 12m
Aeffe	0,58	0,6	3,8
Antichi Pelletieri	0,08	-2,4	-74,7
Basicnet	1,76	-0,9	-19,0
Brunello Cucinelli	13,85	-1,6	-
Caleffi	1,36	-0,5	5,0
Csp Int. Ind. Calze	0,94	-	11,4
Damiani	0,93	-3,6	-5,7
Geox	2,21	-0,5	-18,8
Luxottica	29,45	-1,2	40,3
Marcolin	4,20	-0,1	9,1

Pinuadro	1,71	-2,3	-7,5
Poltrona Frau	0,90	-1,7	10,4
Raffaello Caruso	12,60	-	-3,1
Safilo Group	6,52	-1,6	27,0
Salvatore Ferragamo	16,11	-0,6	32,3
Stefanel	0,40	-0,0	10,4
Tod's	92,80	-0,6	30,7
Yoox	11,65	-0,4	10,6
Zucchi	0,09	-1,7	-62,5

Dati in euro

GERMANIA	Prezzo ieri	Var.%	% 12m
Adidas-Salomon	65,13	-1,6	27,8
Douglas Holding	37,68	-0,1	35,9
Hugo Boss	78,02	-1,3	18,2
Puma	218,95	-2,4	-6,5
Wolford	24,94	0,6	-6,0

Dati in euro

SPAGNA	Prezzo ieri	Var.%	% 12m
Inditex	97,85	-2,0	51,0

Dati in euro

FRANCIA	Prezzo ieri	Var.%	% 12m
Christian Dior	115,60	-1,7	16,8
Hermes Intl	218,75	-1,8	-14,4
Lvmh	125,85	-2,5	8,5
Oreal	96,00	-2,2	23,0
Pinault Printemps	134,05	-1,9	19,6

Dati in euro

REGNO UNITO	Prezzo ieri	Var.%	% 12m
Asos	2.202,00	-4,2	49,5
Burberry Grp	1.199,00	-4,2	-14,5

Dati in euro

Mulberry	1.018,00	0,3	-33,0
----------	----------	-----	-------

Dati in corone svedesi

SVEZIA	Prezzo ieri	Var.%	% 12m
Hennes & Mauritz	221,10	-1,1	5,8

Dati in franchi svizzeri

SVIZZERA	Prezzo ieri	Var.%	% 12m
Richemont	63,55	-1,2	28,7
Swatch I	407,40	-0,9	10,9

Dati in dollari Hong Kong

HONG KONG	Prezzo ieri	Var.%	% 12m
L'Occitane	23,75	-1,7	39,4
Prada	64,15	0,3	69,9
Samsonite	15,74	5,5	31,2

Borsa

## Burberry, il reintegro del beauty fa calare l'utile

Sulla flessione (-27,5%) pesa la prima tranche di 74 milioni di sterline per acquistare i diritti da InterParfums. **Alessia Lucchese**

Il reintegro del business del beauty inizia a pesare sulle performance di Burberry. Il gruppo britannico nel primo semestre ha riportato un calo del 27,5% dell'utile netto a quota 85 milioni di sterline (pari a 106,4 milioni di euro) e una flessione del 29,5% dei profitti ante-imposte a 112 milioni di sterline (circa a 140,2 milioni di euro) a fronte di una prima tranche di 73,8 milioni di sterline (pari a 91,4 milioni di euro) dei complessivi 181 milioni che l'azienda dovrà versare all'ormai ex partner InterParfums (l'accordo di licenza scadrà il 31 marzo 2013) per acquisire i diritti di fragranze e make up. Un business che secondo l'azienda ha ottime opportunità



Uno scatto Burberry

di accrescere la redditività dopo un anno di transizione e quindi dopo la chiusura dell'esercizio fiscale 2013/14. Sopra le attese degli analisti invece gli utili pre-tasse, che nei primi sei mesi crescono del 7% a quota 173,4 milioni di sterline (pari a 217,1 milioni di euro) a fronte di una previsione tra i 157 e i 172 milioni di sterline. Le vendite, come riportato dal gruppo guidato da Angela Ahrendts circa un mese fa, sono cresciute del 6% a quota 883 milioni di sterline (circa 1,1 miliardi di euro) grazie soprattutto al retail e al wholesale che registrano un incremento del 7% dei ricavi e dell'11% dei profitti. (riproduzione riservata)

Conti

## YOOX, MONOMARCA IN SALITA DEL 53,6% Nei nove mesi fatturato a 266 milioni (+30,2%). In calo l'utile netto (-6,2%)

Le griffe spingono i ricavi del gruppo Yoox, che chiude i nove mesi in forte crescita (+30,2%) a 266,1 milioni di euro) grazie soprattutto alle performance dei monomarca. Questi ultimi infatti sono cresciuti del 53,6% a quota 79,8 miliardi e si configurano sempre più come il segmento di business più promettente per il gruppo fondato da Federico Marchetti. L'aumento dei ricavi dei siti monomarca è stata alimentata soprattutto dall'apertura di sette nuovi shop on line dopo il 30 settembre 2011 (per Armani, Trussardi, Barbara Bui, Pringle of Scotland, Pomellato, Alexander Wang e Sergio Rossi, oltre ai siti cinesi di Dsquared2 e Moncler). La maggior parte del giro d'affari comunque continua a essere alimentata dalle vendite dei multibrand (sostanzialmente i siti Yoox e The.corner), che sono cresciute del 22,2% a 186,3 milioni di euro. Gli investimenti, in particolare nella piattaforma cinese, hanno influito sull'utile netto, in calo del 6,2% a 3,4 milioni di euro, pari all'1,3% dei ricavi. (riproduzione riservata) **Gianni Risi**

SUI RISULTATI YOOX VEDERE ALTRO ARTICOLO A PAGINA 16 DI MF

## Acquisizioni

### Nike pronto a vendere Cole Haan ad Apax

Dopo la cessione di Umbro a Iconix (vedere MFF del 25 ottobre), Nike sembra sempre più vicino a vendere anche Cole Haan (nella foto una campagna pubblicitaria). Candidato prescelto all'acquisto del marchio di abbigliamento e accessori sarebbe Apax partners, già proprietario di Karl Lagerfeld e fino al 2010 anche di Tommy Hilfger prima della cessione a Pvh. I rumours avevano indicato il fondo di private equity britannico già da quest'estate tra i possibili pretendenti tanto da avere accesso al secondo round di offerte insieme a



Tpg capital, Leonard green and partners e Genesco. Apax sarebbe quindi risultato il migliore offerente, mettendo sul piatto una cifra intorno ai 500 milioni di dollari (pari a circa 391,7 milioni di euro al cambio di ieri). Secondo la stampa statunitense, il colosso sportswear da 5,1 miliardi di dollari (circa 4 miliardi di euro) potrebbe dare l'annuncio della vendita del brand già la prossima settimana. I ricavi di Cole Haan nello scorso esercizio fiscale si sono attestati a quota 535 milioni di dollari (circa 419,1 milioni di euro al cambio di ieri), in crescita del 3% rispetto all'anno precedente, ritagliandosi una quota del 2% del turnover complessivo di Nike che ha tagliato il traguardo dei 24 miliardi di dollari (pari a 18,8 miliardi di euro al cambio di ieri). (riproduzione riservata) **Alessia Lucchese**

Dinastie

## LACOSTE, ANCHE SOPHIE CEDE A MAUS FRÈRES

Dopo Michel, anche la figlia è pronta a vendere il 28% delle quote al gruppo, che sale così a oltre il 90% del brand

Contri e ripicche tra parenti rischiano di portare uno dei marchi dalla lunga tradizione familiare a cedere il controllo. Si tratta di Lacoste, ormai vicino a consegnare circa il 60% nelle mani di Maus Frères, gruppo svizzero che già controlla il 35% attraverso la licenziataria Devanlay. Dopo l'intesa con l'ex presidente Michel Lacoste e i familiari a lui legati per acquisire il 30,3% del capitale del brand, anche Sophie Lacoste Dournel, attuale numero uno del marchio del cocodrillo e figlia di Michel, avrebbe deciso di cedere il 28% delle quote all'azienda elvetica, consegnandogli così di fatto il 58,3% delle quote e assicurandogli oltre il 93% delle azioni di Lacoste. Un vero e proprio ribaltone rispetto a quanto dichiarato una settimana fa dalla stessa Sophie, che aveva lasciato intendere di voler esercitare il diritto di prelazione per evitare che il controllo passasse a un soggetto esterno alla famiglia. Ma d'altronde i voltafaccia non sembrano essere novità dell'ultima ora tra gli eredi di René Lacoste: prima di cedere alle lusinghe di Maus Frères, era stato lo stesso Michel a considerare l'elezione della figlia come primo passo verso la cessione agli svizzeri. Passo che oggi Sophie considera praticamente come obbligato per evitare che il rancore e l'astio tra familiari vadano contro gli interessi della griffe da 1,6 miliardi di euro nel 2011 e dei suoi dipendenti: «È con grande tristezza che ipotizziamo di cedere la nostra partecipazione nell'azienda che mio nonno ha fondato. Abbiamo un progetto ambizioso e la ferma volontà di assicurare la continuità del controllo familiare, tuttavia vogliamo privilegiare una visione a lungo termine che garantisca stabilità e assicuri uno sviluppo sereno». Resta solo da attendere la conferma delle cessioni, a meno che non ci sia un nuovo colpo di scena dietro l'angolo. (riproduzione riservata) **Alessia Lucchese**



Sophie Lacoste Dournel

## Saloni

### White torna a New York durante la fashion week

Stessa location ma nuove date per la tappa newyorchese del salone White. Dopo la sospensione dell'edizione di settembre, motivata dalla necessità di un ridisegno del calendario per evitare sovrapposizioni con Milano moda donna (vedere MFF del 30 agosto), White New York riaprirà i battenti dal 10 al 12 febbraio, in concomitanza con la fashion week di Manhattan che si terrà nella settimana dal 7 al 14. Un nuovo timing lontano quindi dalle date della moda milanese prevista invece dal 20 al 26 febbraio sia da quelle di Coterie (dal 24 al 26 febbraio), la principale fiera di abbigliamento del mercato nordamericano organizzata da Enk International, il gruppo specializzato in fiere e che collabora con White per l'evento a stelle e strisce e insieme a cui lo stesso salone aveva debuttato a inizio anno. La location del salone resterà quella degli spazi di The Tunnel che nella prima edizione aveva ospitato una cinquantina di marchi italiani (nella foto a destra). «New York rappresenta l'apertura di nuovi canali distributivi su un mercato in netta ripresa economica», ha sottolineato il presidente di White, Massimiliano Bizzi. Senza trascurare che la posizione in concomitanza con la New York fashion week, che dà l'avvio alle principali settimane della moda, secondo Bizzi è: «Strategica perché permetterà agli espositori di poter puntare su un potenziale d'acquisto immensamente superiore ai budget disponibili nelle piazze successive». (riproduzione riservata) **Milena Bello**

