

Valentino, padrone straniero ma la guida resta italiana

Alessandra Facchinetti (classe 1972) al vertice della casa
Una carriera tra Prada, Gucci e i piumini di Moncler

di Gianluca Lo Vetro / Milano

EREDE «Per me è sempre stato un punto di riferimento, un'icona per lo stile e l'eleganza», con una formale dichiarazione di stima, Alessandra Facchinetti raccoglie l'eredità creativa di Valentino. L'investitura ufficiale della designer 35enne è stata annunciata

in una nota dal Valentino Fashion Group, controllato con una quota del 60,18% dal fondo di private equity Permira che ha lanciato un'OPA sull'intero capitale sociale della società. Ma nell'ambiente il nome di Facchinetti circolava già dallo scorso luglio, quando si erano svolti a Roma i grandi festeggiamenti per i 45 anni di attività di Valentino. La creatrice che sarà il direttore artistico delle collezioni donna, in attesa di debuttare in passerella nel marzo del 2008, non parla. Non è dato conoscere nemmeno il nome di chi disegnerà l'uomo. Anche se «il team stilistico delle collezioni maschili - prosegue la nota - verrà rafforzato per valorizzarle in modo significati-

vo. Mentre, Maria Grazia Chiuri e Pier Paolo Piccioli, già designer degli accessori, continueranno a lavorare su questa linea». L'eterea figlia di Roby Facchinetti dei Pooh, nonché sorella di Dj Francesco, è stata selezionata tra una rosa di candidati come Gianbattista Valli e Alber Elbaz. «Può interpretare al meglio l'immagine di Valentino - dichiara Stefano Sassi, amministratore delegato del Valentino Fashion Group - dando continuità alla maison». Che nel primo semestre del 2007 ha fatturato 120,7 milioni di euro. Classe '72, Alessandra Facchinetti dopo il liceo si è formata all'istituto Marangoni di Milano. Nel settore ha mosso i primi passi da Prada, come coordinatore dei designer della linea giovane Miu Miu. In una continua escalation, nel 2000 è entrata a far parte del Gucci Group a fianco dell'allora direttore artistico Tom Ford. Del quale ha preso il posto nel 2004 con la benedizione del Wall Street Journal che la inserì fra i primi

10 manager emergenti d'Europa. Ma il sodalizio con Gucci è durato solo due stagioni, interrompendosi bruscamente «per disaccordi con il management». La creatività molto ricercata di Facchinetti, che ne giustifica il nuovo ruolo da Valentino, probabilmente non era in linea con la filosofia più commerciale del

marchio con le due G. Prima di sostituire il re del rosso, Facchinetti ha completato la sua esperienza nel gruppo Moncler di Remo Ruffini per il quale sta ultimando la collezione primavera-estate 2008 in calendario a Milano Moda Donna il 25 settembre alla Rotonda della Besana. Inizialmente, nel settore questo



Alessandra, figlia di Roby Facchinetti dei Pooh, con alcune sue creazioni

matrimonio sembrava quasi sproporzionato per l'alto profilo di Facchinetti. Ma in silenzio e lontano dalle passerelle, la stilista ha rilanciato lo storico mar-

chio dei giubbini da paninaro. Determinante in questa rivalutazione, il ruolo di Moncler Gamme Rouge: minilinea di sofisticatissimi piumini d'alta moda

che ha riposizionato l'immagine della vecchia giacca a vento, trainando l'exploit del brand dall'oblio post paninaro al fatturato del 2006 di 90 milioni di euro.

Moto: il mercato è debole, ma Piaggio accelera

Presentato il super-scooter Gilera GP800, su cui l'azienda conta per raggiungere gli obiettivi 2007



Roberto Colaninno, con la nuova Gilera Foto Ansa

/ Milano

SCOOTER Nonostante il momento difficile per il mercato europeo delle due ruote, il gruppo Piaggio mantiene fermi i propri obiettivi per

il 2007 e si appresta a chiudere i conti del primo semestre con «grande soddisfazione per tutti». È quanto ha annunciato il presidente Roberto Colaninno, nel corso della presentazione a Milano della Gilera GP800, un superscooter da 75 cavalli di potenza in grado di raggiungere i 200 chilometri orari di velocità, con un telaio polivalente che consente al mezzo di trovarsi a proprio agio sia in città sia nei lunghi viaggi. Il mezzo più veloce mai progetta-

to dallo storico marchio, che per l'esercizio in corso prevede un incremento delle vendite di circa il 7%. L'ultimo dei nuovi prodotti del gruppo (si pensi al recente ciclomotore a tre ruote e allo scooter ibrido) grazie ai quali Pontedera sta contrastando il momento difficile del comparto: «Piaggio è andata senz'altro meglio dell'anno scorso in agosto e negli ultimi otto mesi, siamo aumentati in quantità ed abbiamo tenuto le quote di mercato».

Così, in attesa della pubblicazione prevista per domani della propria semestrale, il gruppo ha già anticipato di non dover rivedere i target fissati nel piano industriale per il 2007: «Il mercato delle due ruote in generale ha rallentato - ha aggiunto Colaninno - ed è sempre un problema quando c'è un rallentamento. Ma

noi in Piaggio pensiamo di poterlo gestire e di raggiungere ugualmente i nostri obiettivi». Tanto che i conti del periodo gennaio-giugno del 2007 assicureranno «grande soddisfazione per tutti». Per quanto riguarda Immsi, la holding che controlla Piaggio, sono state escluse nuove acquisizioni: «Adesso portiamo a termine il risanamento di Rodriguez, l'investimento di Is Molas sul progetto di sviluppo immobiliare in Sardegna, e seguiremo lo sviluppo di Piaggio». È infatti in dirittura d'arrivo il processo di risanamento dei cantieri navali Rodriguez: «Quest'anno registreremo una perdita inferiore a quella degli anni scorsi, mentre il pareggio ce lo aspettiamo per il 2008. Abbiamo salvato anche Rodriguez, c'è ancora molto da fare ma in termini di espansione».

**L'ATTUALITÀ
ECONOMICA
DAL TUO
PUNTO
DI VISTA**



**ALDO SOLDI
DI COOP ITALIA**

Più forti dopo la bufera politica ed economica che ha spazzato via i vertici Unipol

I SINDACATI

Chi rappresentano?

GIORGIO SQUINZI

Competitivi nonostante il governo

**GLI ECONOMISTI
PARLANO**

I politici non ascoltano

AUTO

Gli optional più esclusivi

L'ARTE DI COMUNICARE

Studio Azzurro

**TUTTI I MESI
IN EDICOLA
A 3,50 EURO**