

# Bond, debiti e banche il lato oscuro della moda

■ di Gianluca Lo Vetro / Milano

«La finanza non è la soluzione ai problemi della moda: alla base deve esserci sempre un solido piano industriale». Parola di Massimo Ferretti, amministratore delegato del gruppo Aeffe (Alberta Ferretti, Moschino e Gaultier). Anche il mondo dello stile fa i conti con i crack delle banche che a pioggia generano una svolta epocale del settore.

Se stilisti come Armani godono di una liquidità netta di 373 milioni di euro (264 mln nel 2006), Prada ha un debito a lungo termine di 327 mln (scadenze a settembre 2009 e luglio 2010) da sommare a 10 mln di leasing e 170 mln destinati ad assorbirsi entro l'anno. Totale: 507 milioni di euro suddivisi tra un pool di banche, tra le quali Unicredit. C'è di più. La holding olandese della famiglia di Patrizio Bertelli (marito di Miuccia Prada) ha un debito di 593 mln che addizionato a quello di Prada fa salire l'esposizione a 1,1 miliardi di euro. «Ma non bisogna confondere le due cose», puntualizza il gruppo. Fatto sta che la holding di Bertelli detiene il 95% di Prada, mentre il restante 5% è di IntesaSanpaolo. Colpa di questi numeri se si vociferava dell'ingresso di un socio nella griffe che ha nuovamente rimandato la quotazione in Borsa? «Non siamo a conoscenza di un simile piano», replicano.

Nel frattempo Billy Ngok, chairman della China's Hembly International Holdings Ltd, leader nella distribuzione fashion della Repubblica Popolare, sta conducendo una due diligence per l'ingresso nella PA Investments, alla quale fa capo il 60% di Ft Holding (Ferrè, Malo tricot, Just Cavalli e Galliano), gruppo molisano di Tonino Pernà. Quest'ultimo ha un debito di 318 milioni comprensivo dei 185 mln di un bond in scadenza nel 2012. Mentre, PA Investments che prende nome dalle fi-



Foto di Mustafa Quraishi/AP

glie di Tonino Pernà, Pamela e Alessandra, ha un finanziamento di 136,5 mln di euro erogato da Efibanca (scadenza 2012). Simili esposizioni a domino oltre a spiegare come la crisi di una singola banca sia diventata quella del sistema bancario, impongono un quesito: cosa succederà ora che si chiudono i rubinetti del credito? «Se l'azienda è sana - respon-

de Pernà - non ci sono problemi. Ma nel rischio si possono fare solo ipotesi. Mentre, tante certezze stanno diventando precarietà. Se calano i consumi e si limano i margini, non resta che contrarre i costi produttivi e di rappresentanza. Un po' come le famiglie italiane che oltre a dimezzare le vacanze, diminuiscono il riscaldamento».

Massimo Ferretti non si preoccupa dell'esposizione del suo gruppo, «proporzionata al giro di affari: 50,6 mln di euro per un fatturato di 146,5 milioni di euro nel primo semestre 2008». Semmai, si chiede «come potranno nascere e crescere piccole imprese fra tante difficoltà di credito». La risposta potrebbe essere «la politica dei piccoli passi senza debiti» del

gruppo Blufin di Carpi (Blumarine e Blugirl) con un fatturato di 108 milioni di euro (102 mln nel 2007). «Al 31 dicembre 2007 - quantifica Gianguido Tarabini, amministratore unico - avevamo una liquidità di circa 9,5 mln di euro». «Per ora - incalza Ferretti - bisogna verificare se i compratori potranno mantenere gli stessi ritmi di acquisto e soprattutto se re-

steranno solventi». Punto interrogativo vitale per il sistema, anche perché parallelamente continuano le aperture a raffica delle boutique, pianificate prima della crisi. Nel primo trimestre 2008, per esempio, Gucci ha accusato un calo delle vendite del 3,3% rispetto allo stesso periodo del 2007. Per contro, continuano le inaugurazioni di punti vendita

GG: Macao, Auckland, Budapest e Praga che si sono aggiunti ai 241 già esistenti a giugno di quest'anno. Pericolosa sperequazione tra incremento dell'offerta e calo della domanda? «Abbiamo costruito una società su consumi più alti - ammette Pernà -. Ora dobbiamo vedere quali quote ci riassegna questa svolta».

Alla revisione/riduzione dei consumi non si sottrae nemmeno l'Est, principale riferimento dell'export per il made in Italy. «Banche e privati - continua Ferretti - hanno interessi trasversali e internazionali: crollati in sequenza, dall'America al mondo. Dunque, anche in Russia prevedo una stabilizzazione del mercato». Colpa di tante incertezze se nelle maison si consumano bruschi divorzi come quello tra la designer Alessandra Facchinetti e la maison Valentino? «Chi investe - risponde Pernà - deve mettere a reddito velocemente. Ormai le scadenze sono scandite dai bilanci trimestrali, non più annuali. Il giudice supremo è il mercato con lo scontrino». Certo, in tal modo non c'è tempo di far crescere un talento. In fin dei conti Dolce e Gabbana, i più giovani stilisti, sono su piazza da oltre vent'anni. «Ma loro sono partiti da zero - ribatte Pernà - senza spese, rischiando solo il loro talento. Mentre, i grandi brand internazionali devono fare i conti con un mondo, dove tutto è diventato più grande e più difficile».

Morale? «Dobbiamo presidiare il know how industriale tipico dell'Italia - sostiene Ferretti - senza demandare le produzioni a terzi: mantenendo le quote di qualità massima. È il nostro plus per il futuro». Altro che finanza... «Anzi - conclude Tarabini - proprio un certo tipo di speculazioni sono la parte malata della moda e del capitalismo».

Prada rinvia per l'ennesima volta l'approdo in Borsa Voci, smentite di un nuovo socio

La crisi finanziaria impone nuovo rigore, soprattutto alle imprese già molto indebitate

## Il mercato dell'auto continua a sgonfiarsi, la Fiat galleggia

Vendite in caduta per il quinto mese consecutivo. Marchionne: più di così non possiamo fare

■ di Eugenio Giudice / Torino

**MERCATO** «Meglio di così non possiamo fare», dice Sergio Marchionne: la Fiat galleggia in un mercato europeo dell'auto che affonda per il quinto mese consecutivo e aumenta così la sua quota di mercato. La crisi finanziaria internazionale e la conseguente stretta sui prestiti al consumo danno un'altra botta ad una domanda già molto in crisi. In Europa il calo delle vendite a settembre è stato dell'8,2%, (e a parità di giorni lavorativi sarebbe stato di circa il doppio, avvertono gli esperti) la Fiat ha perso l'1,4% facendo così salire la sua fetta di vendite al 7,7% contro il 7,1 di dodici mesi prima. Ma sull'onda di questi dati il titolo scivola in Piazza Affari dalla quota psicologica degli 8 euro.

«Gli impegni che abbiamo preso nel 2004 li abbiamo rispettati tutti - ribadisce l'amministratore delegato Fiat - Abbiamo confermato i target 2008 e ora stiamo analizzando il 2009». Le previsioni restano fosche. Secondo il Centro Studi Promotor, infatti, l'impatto psicologico della crisi iniziata negli Usa sarà ancora particolarmente forte in ottobre. E lo scenario dei mesi successivi, avvisa Csp, è condizionato dalla reale efficacia delle misure adottate per fronteggiare l'emergenza. «Anche il progressivo sgonfiamento dei prezzi dei carburanti e il venir meno, per l'immediato, di preoccupazioni per una crescita esplosiva del prezzo del greggio non stanno avendo effetti di stimolo sulla domanda», sottolinea Promotor. Osservando nel dettaglio quanto è accaduto in settembre risulta qualche differenza tra le varie case automobilistiche. Il mercato segna complessivamente 1,3 milioni di nuove im-



Sergio Marchionne Foto Lapresse

matricolazioni. Meglio di Fiat fa Volkswagen, grazie alla spinta di Audi, che aumenta le vendite dell'1%, e così anche Mazda (+0,3%) e Suzuki (+1,1%). Negativa invece la performance di Ps (9,1%), Ford (-12%), Gm (-18,7%), Re-

nault (-4,9%), Bmw (-15,7%). Il Lingotto va meglio in Europa (+33%) che in Italia. Satisfazioni dal marchio Fiat e da quello Lancia che segnala un balzo di volumi del 5,7%. Per il primo la quota passa dal 5,6% al 6,2% (con una crescita di 0,6 punti percentuali), per il secondo, la quota si attesta allo 0,8%, in crescita dello 0,1%.

«Quando i mercati calano - osserva Lorenzo Sestino, numero uno del brand Fiat Auto - a nessun costruttore fa piacere. Noi cerchiamo sempre di fare il massimo e i risultati arrivano». Per cercare di tenere la barra in questo mercato turbolento, Fiat ha deciso di giocare con più determinazione la carta dei veicoli a basso impatto ambientale oltre che più economici dal punto di vista della gestione. E proprio ieri ha presentato la versione a metano della sua auto più venduta, la Grande Punto Natural Power, che, prodotta a Melfi, ha richiesto un investimento di 25 milioni di euro. Il modello, (disponibile dal prossimo week end ad

un prezzo base di 12mila euro) ha una motorizzazione di 1400 cc e quattro posti. Sestino ha ricordato che grazie anche al successo del modello a metano della Panda, che copre ormai il 30% delle vendite complessive di questa vettura Fiat, questi tipi di motorizzazione (che prevedono anche l'alimentazione a benzina) coprono il 3,3% del mercato italiano e si prevede che nel 2009 saliranno al 5%. La Fiat detiene l'87% del mercato italiano a metano, che nel 2007 ha toccato le 60mila unità, si appresta a chiudere l'anno a quota 90mila e dovrebbe toccare nel 2009 le 120-130mila unità. Fiat auto dovrebbe raggiungere le 75mila vetture quest'anno e 100mila il prossimo, complessive 40mila Grande Punto Np. Il modello presentato ieri emette 115 g di CO<sub>2</sub> a chilometro, (contro i 134 grammi della sua sorella a benzina) e il costo del carburante consente risparmi del 66% sulla benzina. In Italia ci sono attualmente 630 impianti di distribuzione del metano, ne sono previsti altri 105.

### ALITALIA

Ok all'aumento a 3 euro della tassa d'imbarco

**Sale ancora** la tassa di imbarco per i passeggeri Alitalia: il balzello, che originariamente era fissato a un euro e che durante l'esame del Senato era salito a due, ora passa a 3 euro. È quanto prevede un emendamento del governo al decreto legge Alitalia approvato ieri dalle commissioni Trasporti e Attività produttive della Camera.

I deputati hanno dato il via libera anche alle altre modifiche al decreto legge: è stato soppresso il cosiddetto emendamento salva-manager, che avrebbe permesso di "salvare" i manager dei recenti crac finanziari, ed è stato approvata la novità relativa alla possibilità da parte del commissario di vendere - oltre alla azienda - anche i contratti, ad esempio con le agenzie di viaggi, e i beni, come gli aerei considerati in eccedenza rispetto alle esigenze della nuova compagnia.



# il salvagente

## Il conto del crac finanziario? Sta già arrivando alle famiglie

Prestiti bloccati, spese bancarie rincarate, mutui "blindati": pagano sempre gli stessi.



### Energia, sconti poco chiari

Alleggerire la bolletta: a confronto 15 tariffe del mercato libero

### Crotone città dei veleni

Da 10 anni attende inutilmente la bonifica E ora la procura...

Il settimanale dei consumatori • Il giovedì in edicola • 50 pagine • 1,70 euro • [www.ilsalvagente.it](http://www.ilsalvagente.it)