

ECONOMIA

MARCHI ITALIANI, PROPRIETARI INTERNAZIONALI



Gucci

Il grande gruppo fiorentino è ormai da molti anni nelle mani della multinazionale francese del lusso guidata da Francois Henry Pinault



Bulgari

La casa italiana dei gioielli, uno dei nomi più nomi di questa industria, è stato rilevato dal gruppo d'Oltralpe LVMH di Bernard Arnault



Loro Piana

Anche il prestigioso nome del cashmere della val Sesia è stato ceduto al gruppo LVMH che ha preso anche Fendi e Pomellato



Krizia

Nell'ultimo giorno di sfilate milanesi è arrivata la notizia della cessione della casa di moda Krizia ai cinesi di Shenzhen Marisfrolg

Moda, grande abbuffata straniera

● **Nessun gruppo italiano ha l'obiettivo di crescere acquisendo marchi nazionali** ● **«Chi ha i soldi vince»** è la sintesi delle sfilate, così trionfano gli stranieri ● **Dopo Krizia? Voci su Cavalli e Versace**

GIANLUCA LO VETRO
MILANO

«In tempi di crisi chi ha i soldi e paga, ti tiene per i cosiddetti, e stringe». E sta questa, la battuta più ricorrente a Milano Moda Donna: la sei giorni di sfilata autunno inverno 2014/2015 terminata con la vendita di Krizia ai cinesi. Durante la kermesse, la Camera nazionale della moda ha previsto per il 2014 una ripresa del 5,4%, rispetto al 2013, per un fatturato di 62.478 milioni di Euro. L'export dovrebbe restare in crescita del 5,5% con un saldo di 47.586 milioni di Euro. Mentre, continua a soffrire il mercato interno che nei primi 10 mesi del 2013 è sceso del -2,3%. La percentuale si riduce ulteriormente al -3,1% per le calzature e la pelletteria di scena tra sabato e mercoledì prossimi a Rho-Però con le fiere Micam e Mipel, affiancate da Mido per gli occhiali e Mi-

...
Ormai da noi, le imprese rimaste nelle mani degli italiani si contano sulla punta delle dita

fur per le pellicce. A trainare le esportazioni continuano ad essere i mercati extra Ue dell'Est. In particolare Hong Kong (+7,2%) e la Russia (+6,2%). Anche se arriva qualche timido segnale positivo dall'Europa, come la crescita dell'1,1% in Germania.

AVANZATA CINESE

Sta di fatto che la Cina alza sempre più la testa. E non solo come produttore/consumatore. Emblematico, il caso di Krizia che dopo 60 anni di attività finisce sotto il comando del gruppo Marisfrolg Fashion della miliardaria cinese Zhu Chongyun per una cifra che - secondo indiscrezioni - si aggirerebbe intorno ai 25 milioni di euro. Certo, la fondatrice Mariuccia Mandelli che non si è presentata all'ultima sfilata, ha 90 anni con tutti gli acciacchi che ne derivano. Ma il popolo della moda è rimasto comunque colpito da questa ennesima perdita del made in Italy che si aggiunge alle recenti cessioni di Loro Piana al gruppo francese LVMH e del 51,3% di Poltrona Frau all'americana Haworth.

Pur di comprare il mega spazio che ha appena inaugurato nella galleria Vittorio Emanuele di Milano, Miuccia Pra-

da avrebbe «pagato qualsiasi cifra». «Non avrei potuto sopportare - ha confessato la stilista - che l'ennesimo marchio francese aprisse di fronte alla boutique che ha fondato mio nonno».

Peraltro, quando un pezzo di Italia passa in mani straniere, si ha sempre il timore che finisca come Ferrè, acquistato dal Paris Group di Dubai e scomparso dal calendario delle sfilate, dopo la cessione del palazzo milanese in via Pontaccio al brand Kiton. Nei giorni scorsi Roberto Guarinoni della segreteria Filetem Cgil di Bologna ha parlato addirittura di «disinvestimento del gruppo arabo sulla griffe italiana», sinonimo di chiusura. Proprio, mentre il museo del tessuto di Prato celebra il genio della stilista scomparso con la mostra «La camicia bianca secondo me. Gianfranco Ferrè». Nel frattempo si moltiplicano i rumors di partnership e vendite anche per Cavalli e Versace. Il primo ha smentito seccamente, tappando la bocca alle malelingue con uno show roboante lambito da vere fiamme, sotto il tendone di un circo.

CERCASI ITALIANO COMPRATORE

Ma è possibile che non esistano gruppi o stilisti nostrani disposti a rilevare i marchi storici del Bel Paese? Ormai in Italia, le imprese rimaste nelle mani degli italiani si contano sulla punta delle dita a partire da Missoni che ha appena compiuto 6 decenni di attività 1953/2013. Ma tant'è: i creatori che hanno tenuto duro sin qui, quasi rimpiangono di non aver ceduto ad offerte

favolose. «Forse ho perso l'occasione della mia vita», allarga le braccia Armani che disse «no» a Bernard Arnault: boss del gruppo francese LVMH, già detentore di Bulgari, Fendi e Pucci che ha appena investito sul giovane Marco De Vincenzo. «All'epoca, il '99, era troppo presto - continua lo stilista - e non volevo sentirmi il fiato sul collo». Oggi però? La moda è un business globale in guerra mondiale tra Milano, Parigi, Londra e New York. Dunque, si generano fusioni nelle quali l'Italia sembra destinata a metterci solo la cultura, la storia, la tradizione. A tratti neanche quelle. Perché, il gruppo Aeffe (251 milioni di ricavi nel 2013) per rilanciare il marchio Moschino, ha scelto lo stilista americano Jeremy Scott. Il quale ha avuto l'intuizione di mettere in vendita on line dalla notte stessa dello show roboante, una serie di prodotti, cavalcando l'onda moderna dell'e commerce. Un trionfo. E tenetevi forti: tra un po' arriveranno anche i manager orientali. Una delle più grandi maison starebbe per chiudere il suo rapporto con il presidente e la stilista. A sostituire il primo, un professionista asiatico per essere più in sintonia con i mercati che oggi contano di più nella moda.

...
La Camera nazionale della moda prevede una ripresa del 5,4% rispetto al 2013

Un'unica Fiom sulla via Emilia per rispondere a Confindustria

A. BO.
BOLOGNA

I primi sono stati gli industriali: nello scorso dicembre hanno lanciato la fusione tra le 3 associazioni di Bologna, Modena e Reggio Emilia. Una sorta di Unindustria lungo la via Emilia, che, una volta costituita (potrebbero volerci parecchi mesi), metterà insieme 4.200 aziende, diventando la seconda organizzazione di questo tipo dopo Assolombarda.

Ieri, la risposta dei sindacati: una sola federazione che unisca i metalmeccanici delle tre città emiliane, così da avere un peso «consono» al confronto con la controparte. È il segretario della Fiom-Cgil di Bologna, Alberto Monti, ad aprire a questa possibilità, durante il decimo congresso provinciale delle tute blu Cgil, che si concluderà oggi sotto le Due Torri. «Serve una riflessione - esordisce Monti - ci dobbiamo attrezzare al nuovo livello che gli industriali si danno». L'obiettivo è sempre lo stesso: «La tutela e l'estensione dei diritti dei lavoratori. E se l'unificazione di Bologna, Modena e Reggio può portare risultati in questa prospettiva, vanno ricercate delle sinergie. Diversamente, no», chiude Monti.

L'assist viene prontamente sfruttato dal numero uno della Fiom modenese, Cesare Pizzolla, che dichiara di non avere «nessuna preclusione alla fusione, a patto che non sia una pura pratica per ridefinire i confini territoriali, bensì un'operazione utile a creare e migliorare la rappresentanza dei lavoratori». Mentre il segretario reggiano, Valerio Bondi, frena: «Una discussione di questo tipo non mi risulta sia all'ordine del giorno». Ma è possibile pensare a una unificazione Fiom senza coinvolgere le rispettive Camere del lavoro? «La Fiom ha dimostrato di poter fare da sola praticamente tutto», è il parere di Danilo Gruppi, segretario della Cgil di Bologna. Detto ciò, l'idea è stuzzicante: «Un ragionamento al prossimo congresso regionale va fatto. Noi siamo un po' lenti, serve un passo avanti».

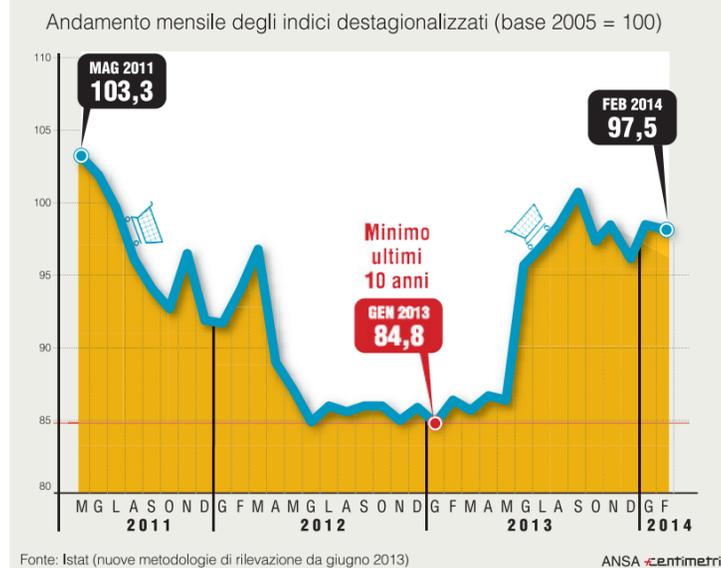
Consumi sempre giù: vendite indietro di 24 anni

LAURA MATTEUCCI
MILANO

Consumi ancora indietro tutta. I dati Istat a consuntivo del 2013 confermano: le vendite al dettaglio sono crollate del 2,1% nel 2013 rispetto all'anno precedente, ed è il peggior dato dall'inizio delle serie storiche comparabili, e cioè almeno dal 1990. Il dato è sintesi di flessioni dell'1,1% per i prodotti alimentari (dato peggiore dal 2009) e del 2,7% per i prodotti non alimentari. Nel mese di dicembre si è registrato invece un calo dello 0,3% rispetto al mese precedente e del 2,6% rispetto al 2012. E qui la flessione colpisce sia la grande distribuzione (-2,7% su dicembre 2012) che i piccoli negozi (-2,4% tendenziale) e si incrocia con il calo della fiducia dei consumatori, che a febbraio è tornata a scendere (da 98 a 97,5 punti) dopo il rialzo segnato a gennaio. Secondo Federconsumatori e Adusbef, peraltro, in assenza di interventi mirati la contrazione dei consumi proseguirà anche quest'anno, con una flessione stimata dell'1,1%, il che si-

...
Nel 2013 hanno chiuso 46.061 imprese e il saldo finale è di 18.618 unità in meno

LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI



gnifica che la spesa complessiva delle famiglie calerà di 8,1 miliardi (nell'ultimo triennio la diminuzione è stata di circa 65,7 miliardi).

Confesercenti parla di «emergenza nazionale: la flessione record delle vendite nel 2013 certifica il terzo anno con-

secutivo di crollo della domanda interna», e chiede al nuovo esecutivo di «intervenire con urgenza con una strategia shock per sostenere il reddito degli italiani e le aziende che si rivolgono al mercato interno, che rischiano la chiusura». Secondo i dati di Confesercenti, nel solo

commercio al dettaglio del 2013 hanno chiuso 46.061 imprese, per un saldo finale di 18.618 unità in meno. Trend estremamente negativo anche per i negozi alimentari, che chiudono l'anno in rosso di 2.055 aziende. In totale, a fine 2013 rimangono 95.667 imprese alimentari, meno di 1,6 ogni mille abitanti.

SEMPRE MENO NEGOZI

Confcommercio sottolinea che «il dato di dicembre è molto peggiore del previsto, soprattutto per la componente non alimentare, e contribuisce a chiarire che se ripresa sarà, è tutta da costruire». L'Italia appare debolissima in questo frangente storico con danni subiti in termini economici (Pil a -10,8% pro capite rispetto al 2007) e sociali (sono ormai più di 5 milioni le persone assolutamente povere). Confcommercio torna alla carica col nuovo governo: «È assolutamente prioritario intraprendere un'azione di riduzione del carico fiscale su famiglie e imprese, utilizzando una frazione rilevante delle risorse derivanti tanto dalla lotta all'evasione quanto dalla riduzione degli sprechi nella pubblica amministrazione per il taglio delle prime aliquote dell'Irpef a partire già da primavera».

La Cia lamenta che «da troppo tempo ormai la spending review degli italiani si applica anche sul cibo», mentre in una nota Comitass, l'associazione delle

microimprese, lancia l'allarme sulla «gravissima crisi che stanno attraversando i negozi di vicinato: i piccoli negozi, le botteghe e i punti vendita di vicinato hanno visto infatti crollare le vendite del 2,9%». Un trend che prosegue ormai da anni, lasciandosi dietro una scia di vittime: dal 2011 al 2013 hanno chiuso i battenti circa 93.500 piccoli negozi, schiacciati dalla crisi e dal calo dei consumi. «Di questo passo - conclude Comitass - i negozi di vicinato rischiano di scomparire definitivamente».

Continuano a parlare di crisi anche i numeri del commercio estero: a gennaio, informa sempre l'Istat, l'import è sceso del 5,2% rispetto al mese precedente, mentre l'export si è contratto dell'1,1%. Al netto dei prodotti energetici, le esportazioni sono, però, in crescita (+1%). Su base tendenziale, poi, entrambi i flussi si confermano in diminuzione: più rilevante per le importazioni (-11,9%) che per le esportazioni (-2,7%). Il deficit commerciale si attesta a 894 milioni, in forte contrazione rispetto allo stesso mese dell'anno prima.

...
Confcommercio: «Se ripresa sarà, è ancora tutta da costruire. Renzi abbassi le tasse»