

Un futuro in grigio per le aziende del lusso

MILANO - Il Natale 2008 non sarà di lusso. Tra due giorni negli Stati Uniti si avrà il primo test sui consumi, perché appena finiti i festeggiamenti per il giorno del Ringraziamento iniziano i saldi, e allora si potrà capire se chi ha risparmiato fino ad ora, ha comunque voglia tornare a fare shopping o preferisce mettere i soldi nel salvadanaio perché si aspetta tempi duri.

Nell'attesa, gli imprenditori del lusso che ieri hanno partecipato al **Milano Fashion Global Summit del 2008** si dichiarano moderatamente ottimisti. La crisi - sostengono - è grigia e non nera, l'ultimo trimestre del 2008 potrebbe essere quello più difficile, la ripresa non arriverà prima del luglio del 2009. Tuttavia, dalle situazioni complicate talvolta nascono grandi opportunità. Ad esempio: ripensare il business, creare efficienze sui costi e - soprattutto - concentrarsi sul prodotto.

La pensa così Diego Della Valle di Tod's, che guarda con ottimismo anche all'anno nero delle Borse mondiali: "Rispetto alla crisi del 2001 le vendite di Tod's stanno andando molto meglio - spiega Della Valle - e questo non è dovuto al fatto che abbiamo una buona dotazione di cassa e siamo un'azienda solida, ma il motivo di questa tendenza è legato al lavoro che abbiamo fatto sui marchi e sui prodotti". Dopo nove mesi positivi, Della Valle ha confermato un 2008 all'insegna della crescita sia a livello di ricavi che di margini.

Non è così per Bulgari, che per quest'anno si aspetta vendite in aumento ma profitti in brusca discesa. Lo stesso vale per Luxottica, il cui fatturato è aumentato grazie all'acquisto di Oakley, ma che per colpa del dollaro e della difficile situazione Usa, chiuderà l'anno con utili in calo di oltre il 10%. Vanno bene invece alcune aziende di nicchia, mentre sono in difficoltà quei gruppi fortemente indebitati come It Holding e Safilo o quelli che hanno un posizionamento sul lusso accessibile come le aziende della famiglia Burani.

Secondo Paola Durante di Merrill Lynch la Borsa sta però già scontando nei prezzi uno scenario davvero funesto. Mai nella storia le aziende del lusso (esclusa Hermes) hanno trattato a un multiplo di 8 volte gli utili attesi. Detto questo, il 2009 sarà un anno difficile, per cui non sono attese nuove operazioni di finanza straordinaria come collocamenti o acquisizioni. Infine, l'esperta è convinta che da questa crisi usciranno ancora più vincenti le aziende poco indebitate e che generano forti flussi di cassa.

Dati gli attuali scenari di mercato, le aziende del lusso quotate preferite da Merrill Lynch sono Dior, Lvmh e Swatch; la banca d'affari è invece negativa sulle prospettive di Aeffe (con un target di 0,7 euro), Bulgari (4,4 euro), Damiani (1 euro) e Tod's (target 29 euro), mentre gli occhiali di Safilo (target 0,8 euro) e Luxottica (16 euro) ricevono un giudizio neutrale.