

MODA
Milano Fashion
Global Summit
12 pagine all'interno
(in MFF)

MF fashion il primo quotidiano della moda e del lusso Direttore ed editore Paolo Panerai 22.11.06



Moda & finanza
Le azioni del made in Italy conquistano gli investitori
Pag. III

Valentino
Matteo Marzotto, il nuovo ceo potrebbe essere un interno
Pag. II

Salvatore Ferragamo
Tremolada lascia Versace e va a Firenze con Norsa
Pag. V

Brand extension
per molti ma non per tutti

L'alternativa fra core business e diversificazione al centro del Fashion Global Summit

1 GRANDI MAGAZZINI EMERSONIA LONDRA

Analisi

Il lusso italiano conquista gli investitori

Le aziende fashion continueranno a crescere, anche se il rallentamento del mercato Usa è un'incognita, dice Merrill Lynch. Il modello familiare è stato vincente, ma va aggiornato

«L'investitore internazionale crede nel futuro del made in Italy e continuerà a farlo anche nei prossimi mesi, anche se il rallentamento della crescita Usa metterà un po' il freno allo sviluppo del comparto del lusso. Ne è convinta Merrill Lynch, che non dimentica però di sottolineare come il modello italiano fondato sulle famiglie, sulle dinastie, pur vincente, debba evolversi.

«Bisogna creare l'heritage, basandosi sul management e sull'apertura ai mercati dei capitali», ha spiegato **Paola Durante**, head of corporate broking della casa d'affari, intervenuta ieri all'apertura del Milano Fashion Global Summit 2006 subito dopo **Andrea Pellegrini**, responsabile per l'Italia di Merrill Lynch. «Non si deve aver paura di lanciarsi in sfide, anche all'estero». E la questione

dell'apertura ai mercati finanziari non è solo connessa alla necessità di reperire fondi, dal momento che si tratta di società mediamente buone generatrici di cassa.

«È una questione di cultura imprenditoriale, utile anche per gestire un eventuale passaggio generazionale», sottolinea la Durante. Tanto più che l'interesse degli investitori per le aziende del made in Italy in questo momento è fortissimo. «prova ne sono i successi dei recenti collocamenti di alcune società che più o meno direttamente fanno leva sull'Italian design, come **Poltrona Frau**, ma anche **Elica** o **Nice**». E anche i titoli già quotati da qualche tempo non sono stati da meno: il luxury goods index negli ultimi mesi ha decisamente sovraperformato il mercato, con un lieve premio, come fanno notare a Merrill Lynch, proprio per le azioni delle società italiane. «Siamo in generale su valutazioni alte, certo, ben lontane dai massimi del 2000, che a mio avviso non rivedremo più», commenta la Durante.

Il settore, secondo le stime della casa d'affari, tratta a multipli intorno alle 13 volte l'ebitda (l'utile ante interessi, tasse, svalutazioni e ammortamenti) atteso per il 2006 e circa 12 volte quello previsto per il 2007 e alle 21 volte il price earning (utile per azione) 2007 (la media del listino italiano si aggira attorno a 15).

Ma l'ultima stagione delle trimestrali, appena conclusasi, ha mostrato qualche segnale di rallentamento: «Qual-



A sinistra Paola Durante. A destra Andrea Pellegrini e Mario Boselli ascoltano l'intervento in videoconferenza del ministro Emma Bonino

che trimestrale è stata inferiore alle attese», a cui va ad aggiungersi la considerazione che «il 2007 si apre con qualche segnale di rallentamento dagli Usa. Basti pensare», aggiunge la Durante, «che il 68% dei dati macroeconomici d'Oltreoceano da luglio a oggi è stato inferiore alle attese. L'Europa continua a performare e l'Asia sta andando molto bene, ma quanto questo possa compensare il rallentamento americano è ancora un punto di domanda. Nel lungo periodo sicuramente paesi come l'India e la Cina saranno un traino per il settore del lusso, ma nei prossimi 6-12 mesi è difficile credere che compenseranno gli Usa. Insomma, il 2007 si apre con queste incertezze, anche se la maggior parte degli analisti resta positiva sul comparto luxury», aggiunge la Durante, ricordando che sei case d'affari su dieci hanno una raccomandazione buy su **Richemont** e otto su dieci su **Lvmh**. Insomma, «l'appetito per i beni di lusso c'è, la voglia per il bello esisterà sempre», conclude l'esperta di Merrill Lynch. E a tener desta l'attenzione degli operatori sul settore ci penseranno anche le speculazioni di m&a, che di recente hanno coinvolto vari titoli quotati a piazza Affari. «Sono società che in generale generano cassa e quindi sono attraenti: qualcosa probabilmente avverrà». (riproduzione riservata)

Paola Longo
Mf Dow Jones

Tutti i successi delle ipo del settore fashion

Società	Anno	Dimensione offerta (mln di euro)	Oversubscription	Performance dall'Ipo
• Mariella Burani	2000	77	1,5	85,7%
• Geox	2004	344	6,7	143,5%
• Valentino*	2005	-	-	58,5%
• Tod's	2000	330	5,5	8%
• Luxottica	2000	175	4,2	45,3%
• Piaggio	2006	315	2,4	5,2%
• Poltrona Frau	2006	103	19,9	1%
• Antichi pellettieri	2006	131	4,2	1,1%
• De Longhi	2001	128	1,1	11,6%
• Nice	2006	231	13,9	4%
• Elica	2006	113	5,3	
• Safilo	2005	724	1,8	

*I titoli Valentino sono stati quotati in seguito ad uno spin-off da Marzotto

Fonte: Borsa italiana, Factset (17 novembre 2006)