

Previsioni Merrill Lynch al Fashion Summit

Nel 2010 utili e fatturati torneranno a crescere

Nel 2010 il mercato internazionale del lusso tornerà a crescere: si prevede un aumento complessivo dei ricavi pari al 5% e un balzo del 13% degli utili, con un aumento del 17% dell'Ebitda (con un margine pari al 21%).

Le stime riguardano le società internazionali quotate attive nel settore del lusso, sono state rielaborate da Bank of America Merrill Lynch e presentate ieri al Milano fashion global summit, organizzato dal gruppo Class. «Le aziende si sono ristrutturate e i risultati iniziano a vedersi nel 2009, ma saranno più evidenti nel 2010 - ha spiegato Paola Durante, responsabile italiana del settore corporate broking dell'istituto - Il mercato si aspetta per il 2010 una crescita, con sorprese positive: il 2009 si è riportato sui livelli

del 2007, con l'enterprise value intorno a 11 volte l'Ebitda (12 volte nel 2007). I prezzi delle azioni si muoveranno al rialzo solo se vedranno utili sopra le attese e al momento il mercato è leggermente più ottimista di quanto non siano gli operatori del settore».

Mario Boselli, presidente della Camera della moda, ha confermato che «la discesa è terminata», ma ha sottolineato che «la ripresa è troppo lenta e potremmo dover lasciare molte imprese per la strada».

«Bisogna mantenere la filiera produttiva articolata», ha aggiunto a Michele Tronconi, presidente di Sistema moda Italia, che ha proposto inoltre la rottamazione dei software e di cercare di instaurare un circolo virtuoso tra imprese, banche e assicurazione del credito (si ve-

da anche l'articolo a pagina 25).

«Le aziende italiane hanno dimensioni ridotte - ha spiegato Maurizio Tamagnini, responsabile per il Sud Europa del corporate e investment banking di Bank of America Merrill Lynch - Bisogna operare con coraggio sulle dimensioni con aggregazioni che non portino debiti».

Al summit ha partecipato anche Giovanni Terzi, assessore con delega alla Moda del Comune di Milano, che ha auspicato una maggiore collaborazione tra stilisti e istituzioni e un ritorno a settimane delle sfilate «lunghe», non ristrette a soli cinque, intense, giornate, con conseguente «stress per buyer e giornalisti, che non possono vivere gli eventi della città».

G.Cr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

