

VIII MF fashion mercoledì 15 gennaio 2020

COSÌ I LUXURY STOCKS NELLE PIAZZE MONDIALI

Paese	Prezzo	Var. %	% 12m
STATI UNITI			
Abercrombie & Fitch	18,28	1,6	-4,0
Amazon	1.874,95	-0,9	15,9
Avon Products	5,60	-	-199,5
Canada Goose	34,72	3,7	26,2
Capri Holdings Ltd	36,58	0,7	-9,1
Costco	10,33	0,8	46,7
Estee Lauder	216,92	1,3	73,1
Farfetch	11,57	1,6	-37,5
Fossil	7,81	7,9	-54,6
Gap Inc	18,29	1,7	-27,8
Guess	22,80	1,0	6,2
Iconix Brand Grp	1,63	-0,6	32,9
Kohort Brands	41,69	0,0	-
L Brands	20,15	-0,2	-23,8
Lululemon Athletica	246,08	0,4	76,1
Men s Wearhouse	4,26	1,3	-64,7
Nike Inc	103,39	1,2	35,9
Pfizer Corp	100,79	0,5	-3,5
Ralph Lauren Corp	120,99	1,0	13,4
Rayon Inc	23,49	1,8	-12,9
Tapscott	28,70	2,1	-20,6
Tiffany & Co	132,98	0,1	57,0
Under Armour	21,01	4,1	6,6
V.F. Corp	97,15	1,3	44,1
Vince Hldg	16,10	3,7	40,1
ITALIA			
Aetia	1,95	-2,7	-26,4
Basicnet	5,45	-1,8	-23,3
Brunello Cucinelli	36,28	0,4	-32,4
Calzedi	1,27	2,8	-13,5
Cover 50	0,35	1,1	-2,0
Cap Int. Ind. Calze	0,59	0,7	-23,0
Fape	8,95	1,7	47,9
Geox	1,18	-0,7	-7,5
Giorgio Fedon	0,75	-	-3,6
Italia Independent	1,83	-0,5	-29,9
Mander	41,59	1,9	40,2
Ovs	1,89	-2,0	43,0
Piccadro	2,40	-0,4	39,5
Safilo Group	1,11	0,7	40,8
Salvatore Ferragamo	18,80	-0,3	6,5
Stefanel	0,11	-	-27,2
Tod's	40,56	-0,5	-5,8
Zucchi	1,82	0,3	-19,4
GERMANIA			
Adidas-Saloman	313,25	1,3	58,8
Hugo Boss	43,19	0,4	-26,1
Puma	75,40	2,7	84,1
Zalando	45,64	1,6	72,2
FRANCIA			
EssilorLuxottica	139,85	0,8	24,8
Hermes Intl	699,60	1,5	43,2
Kering	582,10	-0,3	48,9
SPAGNA			
Inditex	31,80	-0,3	-35,7
FRANCIA			
Hennessy & Mauritz	184,80	-0,7	39,9
REGNO UNITO			
Asos	3,326,00	0,8	14,9
Barclay Grp	221,00	1,3	29,2
Mulberry	278,50	-1,4	-9,9
SVIZZERA			
Richemont	76,44	1,2	14,4
Swatch I	271,10	1,2	-9,1
AUSTRIA			
Wolfford	6,15	-	-46,5
HONG KONG			
Chow Tai Fook Jewellery	10,18	-0,6	-16,4
Esprit Holdings	1,54	-1,3	-4,3
Global Brands	0,60	-	-35,8
L'Occitane	19,02	-0,9	31,0
Prada	29,35	0,9	28,4
Sansoneite	19,36	0,7	-18,3
DANIMARCA			
Pandora	351,30	3,0	52,5
GIAPPONE			
Fant Fulltime	63,340,00	2,2	-
Shimada	7,963,00	0,1	31,2
BRASILE			
Alpargatas	33,96	-0,0	89,1

Borsa La Perla, parte la cassa integrazione

Il marchio di lingerie ha raggiunto un accordo con il ministero del Lavoro su 65 dipendenti. Intanto il titolo, quotato sul listino di Parigi, sale lievemente dopo aver toccato il minimo storico. **Fabio Gibellino**

Sarà cassa integrazione straordinaria fino al 31 ottobre per 65 dipendenti. Questo è l'esito dell'accordo raggiunto tra il ministero del Lavoro e La Perla. L'intesa riguarda 58 lavoratori di La Perla manufacturing srl impiegati nelle linee uomo e ready to wear, e sette di La Perla global management Uk limited impegnati solo nella ready to wear. Continua così il momento delicato della società bolognese,

che nell'ottobre scorso aveva comunque ridotto gli esuberanti dagli inizi del 2018, data in cui è passata dalle mani di Silvio Scaglia alla olandese Tennor holding, all'epoca Sapinda, non è riuscita a ottenere i risultati auspicati. Non a caso, il titolo, quotato alla Borsa di Parigi, ieri ha si chiuso con una crescita dell'1,16% a 4,35 euro, cioè 15 centesimi in più del minimo storico toccato lo scorso 9 gennaio, ma continua a essere si-

gnificativamente lontano dai 6 euro di picco massimo ottenuti il 10 settembre, cioè due giorni dopo l'ipo, il tutto considerando una movimentazione sempre marginale. E questo al netto del recente aumento di capitale da 200 milioni di euro approvato lo scorso 5 dicembre. Anche perché, in attesa di pubblicare il suo bilancio 2019, va ricordato come i primi sei mesi d'esercizio si sono conclusi con un rosso da 46,7 milioni di euro a fronte di ricavi per 40,31 milio-

GOLDEN GOOSE - PERMIRA IN POLE
a pagina 15 di MF

LE CASSEFORTI DEI FRATELLI BULGARI
a pagina 15 di MF

Espansione VIRGO BRILLA AL SALONE NRF DI NEW YORK

La piattaforma green di authenticity è stata protagonista alla fiera Usa leader delle tecnologie per il retail

Virgo sbarca negli Usa. La piattaforma di sustainability, reputation e authenticity destinata al mondo del fashion e luxury (vedere MFF del 19 ottobre) è stata presentata al Nrf-National retail federation di New York, la rassegna più importante sulle innovazioni di processo e tecnologie dedicate al retail. La soluzione, nata dalla collaborazione tra Temera, PwC-Pricewaterhouse-Coopers, Var group e Luxochain, traccia e certifica la catena del valore dei beni di lusso partendo dalla fase di acquisizione delle materie prime fino ai passaggi sul mercato second hand. Con lo smartphone e la lettura di un qr code l'acquirente ha accesso alle informazioni su chi ha fisicamente confezionato il capo, da dove arriva il filato, se e con quali agenti chimici è stato trattato e quanta CO₂ è stata emessa per produrlo. È inoltre possibile essere certi che il nuovo acquisto non abbia coinvolto manodopera sfruttata o maltrattamento di animali. Per dare corpo al tema e per rendere più concreta l'esperienza di tracciabilità, Temera ha collaborato con Peutery, azienda specializzata nell'outerwear, che con il brand Geospirit presenta per la stagione F-w 2020/21 una linea di piumini realizzati con materiali a ridotto impatto ambientale. Dalla fibra Sorona realizzata dal mais all'imbottitura in ecodown realizzata con piume riciclate (provenienti da capi già indossati e riciclati). Temera, che rappresenta la alleanza Virgo presenta ai visitatori dello stand Nrf l'ethical journey della piuma: dalla ricezione della materia prima da parte del laboratorio che si occupa di rigenerare e sanificare le piume, alla consegna dei sacchi piuma ai laboratori che si occupano dell'impiumaggio, alla realizzazione di un semilavorato a forma di manica fino al prodotto finito. Il capo finito è dotato di un chi Nfc con tecnologia rolling code che è in grado di garantire l'autenticità del prodotto. **Salvatore Licciardello** (riproduzione riservata)



News Eyewear italiano, export, a +5,8%

Anifa ha diffuso i dati del settore occhieria relativi al periodo gennaio-settembre 2019. I primi tre trimestri hanno visto una buona performance: dell'eyewear italiano sui mercati internazionali con una crescita tendenziale in valore dell'export complessivo del 5,8%. Nel dettaglio la crescita in valore è stata del 7,2% per le montature e del 5%, per gli occhiali da sole (nella foto, una campagna eyewear di Fendi). Le esportazioni hanno registrato risultati positivi in tutte le principali aree di sbocco, in America hanno fatto segnare un +9,4%, in Europa +3,3%, in Asia +6,8%. In netto recupero anche l'export dell'occhieria italiana in Africa (+4,7%), Stati Uniti e Germania sono i principali paesi che sostengono le esportazioni del settore dell'occhieria made in Italy. Il quadro in Italia riporta un mercato interno in sofferenza e un'economia frenata che fatica a risollevarsi.



Bally celebra il flagship di Milano

Bally ha festeggiato il nuovo flagship store Bally haus (nella foto) nel prestigioso Quadrilatero della moda. Il negozio ha accolto gli ospiti con un'installazione di luci su via Montenapoleone durante la Milano moda uomo. Ideata da Stefan Beckman, l'opera d'arte consiste nella proiezione di una foresta grafica dai toni primaverili.



Ambush vara una co-lab con Uniqlo

Ambush e Uniqlo si alleano per una collezione a tema Disney. La linea si ispira al personaggio animato Minnie mouse e sarà disponibile worldwide da venerdì 28 febbraio. La collezione (nella foto) mostra la topolina da un nuovo punto di vista: i capi sono caratterizzati da forme oversize ispirate all'atletica leggera e da una palette di colori primaverili come rosa chiara e verde menta.



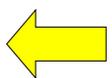
Jennifer Lopez ritorna da Guess

La moda ama Jennifer Lopez. Questa volta si tratta di un comeback della star come testimonial di Guess. La cantante, attrice e icona fashion sarà il volto della campagna spring 2020 del marchio a stelle e strisce. La campagna (nella foto) è stata diretta da Paul Marciano e scattata attraverso l'obiettivo della fotografa Tatiana Genusova a Santa Monica in California.



Store in Russia per Braccialini

Graziella & Braccialini accelera sull'espansione internazionale e sbarca in Russia. Il marchio di polietilene ha scelto Rostov sul Don (nella foto) per l'inaugurazione di un nuovo monomarca. L'opening segue le recenti aperture a Dubai e Paju City. Attualmente, Graziella & Braccialini conta su una rete retail estesa in oltre 40 Paesi. (riproduzione riservata)



Store in Russia per Braccialini

Graziella&Braccialini accelera sull'espansione internazionale e sbarca in Russia. Il marchio di pelletteria ha scelto Rostov sul Don (*nella foto*) per l'inaugurazione di un nuovo monomarca. L'opening segue le recenti aperture a Dubai e Paju City. Attualmente, Graziella&Braccialini conta su una rete retail estesa in oltre 40 Paesi. (riproduzione riservata)

