

MF
f a s h i o n

ONLINE SU MFFASHION.COM
LE GALLERY FOTOGRAFICHE
DELLE COLLEZIONI S/S 2018

Il private equity è di moda

Si accendono i riflettori sui marchi italiani. Il rapporto dell'Associazione investitori finanziari mostra un primo semestre con investimenti per 657 milioni e un trend migliore rispetto al 2016. Da 21 investimenti in Chiarini a Style Capital, che ha ceduto Golden Goose e comprato Forte Forte

Gli investimenti dei private equity e venture capital nel mondo del lusso nel primo semestre del 2017 sono cresciuti sia per numero che per valore. Questo, in sintesi, è il risultato di periodo emerso dal rapporto realizzato per MFF da Aifi-Associazione investitori finanziari italiani in collaborazione con PwC-Transaction services. Nei primi sei mesi dell'anno le operazioni che hanno riguardato il settore sono state cinque, contro le tre della prima metà dell'anno scorso, poi diventate undici al 31 dicembre. Mentre il dato più interessante riguarda il valore che, se a fine 2016 aveva toccato 465 milioni di euro, per una media di 42,3 milioni di euro, a fine giugno 2017 aveva già registrato 357 milioni di euro, per un investimento pro capite di 71,4 milioni di euro, arrivando a toccare il 18,6% dell'ammontare delle operazioni complessive, percentuale molto più alta rispetto ai precedenti 5,7 punti. Entrando nel merito, e considerando che spesso gli investimenti non sono comunicati o passano sotto traccia, quelli noti riguardano l'ingresso di

continua a pag. 11



Puma, Rothschild per la cessione

Si fanno sempre più insistenti le voci relative alla cessione di Puma da parte di Kering. Secondo fonti d'Olttralpe, infatti, il colosso del lusso di François Henri Pinault avrebbe assoldato la banca d'affari Rothschild & co per portare avanti le pratiche della cessione, che dovrebbe avvenire per 6 miliardi di euro, 1 miliardo in più rispetto ai 5 miliardi di per i quali Kering aveva acquistato il brand nel 2007. La vendita di Puma da parte di Kering, che tuttavia non ha ancora confermato le sue intenzioni a riguardo, consentirebbe al gruppo di concentrarsi sull'universo del lusso, nel quale è già leader grazie a marchi come Gucci, Balenciaga e Saint Laurent. Puma, dal suo canto, ha alzato nuovamente le sue stime per il 2017 dopo un terzo trimestre chiuso con ricavi per 1,12 miliardi di euro (+17%).

Delisting a Hong Kong per Tapestry

Nuovo cambio in casa Coach. Il gruppo Usa, che ha deciso di attuare un re-branding cambiando nome in Tapestry (vedete MFF del 12 ottobre), ha comunicato infatti il delisting dalla Borsa di Hong Kong, che dal suo ingresso nel 2011 ha rappresentato un mercato secondario dopo la Borsa di New York. «Dallo sbarco a Hong Kong abbiamo aperto oltre 100 store nella Cina continentale e Macao», si legge in una nota ufficiale. «Motivi questi, che dimostrano come gli obiettivi che hanno determinato il nostro ingresso in questo mercato siano stati raggiunti con successo». La manovra si inserisce in una fase delicata per Coach, cui fanno capo l'omonimo marchio e Stuart Weitzman, che a luglio ha acquisito anche il marchio Kate Spade.



GÜBELIN

segue da pag. I

21 investimenti in Chiarini e, soprattutto, il doppio colpo di Style capital, che prima ha ceduto Golden Goose a Carlyle e poi ha acquistato il marchio Forte Fortie. Per quanto riguarda il secondo semestre, si può già contabilizzare l'operazione di Attestor e Oxy capital su Stefanel e gli ingressi di Hony capital in Mr&Mr Italy, di Avyn in Cambiaggi e la cessione di Boglioli da parte di Wise a Phi industrial acquisition a solo un anno di distanza dal primo deal. «Sicuramente finora è mancato qualche grosso deal», ha spiegato a MFF Innocenzo Cipolletta, presidente di Aifi, «probabilmente le buone performance della Borsa hanno distratto un po' gli imprenditori. Ma investire in private equity è l'unico modo per garantire il futuro. Il rialzo dei tassi nel 2018 ci dovrebbe avvantaggiare». Tra le ipotesi di investimento, le più probabili riguardano ancora una volta Style capital, che sembrerebbe vicina a Magni, quello di Coin e Malo, messe sul mercato da Bc partners e Quadro capital. Si tratta di una serie di interventi che potrebbero portare il 2017 a valori interessanti rispetto al 2016, ma comunque piuttosto lontani dai numeri

che avevano caratterizzato il 2014 e il 2015, chiusi rispettivamente con 17 operazioni per 856 milioni di euro e 25 per 569 milioni di euro. Annote che si ricordano per le acquisizioni di Roberto Cavalli da parte di Clessidra, per quella di Myahoola for investments su Pal Zileri e per l'ingresso di Blackstone in Versace. Ancor più utopistico sarà equiparare il 2007, che aveva chiuso con otto investimenti per 1,428 miliardi di euro, ottenuti anche grazie alla scalata di Permira su Valentino. La maison è stata poi ceduta nel 2012 a Mayhoola for investments, il cui valore, secondo i dati forniti dalla stessa Aifi, sarebbe stato inferiore agli oltre 700 milioni di euro di cui si è parlato al momento della cessione, considerato che nel corso di quei 12 mesi erano state effettuate nove operazioni per un totale di 666 milioni di euro. Ma essere più o meno

IL PRIVATE EQUITY NEL SETTORE LUSSO E MODA

Evoluzione degli investimenti di private equity nel settore lusso e moda dal 2006 al 1° semestre 2017



lontani dalle best performance o non seguire un trend, nell'economia dell'alto di gamma non può essere considerato un insuccesso, perché la realtà delle cose parla di un numero di società appetibili decisamente meno importante rispetto ad altri campi. E se a questo si aggiunge che molti marchi godono di straordinaria salute e, o sono troppo grandi, come Ermengildo Zegna e Giorgio Armani, o ancora appartengono già a gruppi come Lvmh e Kering, ecco che le strategie di private equity e venture capital devono tener conto dell'effetto opportunità. Anche perché, considerato che il tipo di investimento che meglio si presta è quello che ha un buy-out come epilogo finale, le scommesse possono essere fatte quasi esclusivamente su brand di medie dimensioni da lanciare o rilanciare. Dunque, se nel 2010 le operazioni furono solo quattro per 14 milioni di euro, con l'ingresso di Lcapital in Dondup sugli scudi, il 2011, anno di Eurazoo su Moncler, rispose con sette investimenti, ma per un valore di 334 milioni di euro. Perché in certi casi, gli anni vanno come devono andare. (riproduzione riservata) **Fabio Gibellino**



Un look Roberto Cavalli spring-summer 2018

L'impresa appetibile genera 34 milioni di euro

Secondo il report di Aifi-Associazione investitori finanziari italiani, realizzato in collaborazione con PwC-Transaction Services, anche le case di moda hanno un loro identikit. Riassumendo le caratteristiche delle società che in questa prima metà dell'anno sono state interessate da operazioni di venture capitale e private equity, il profilo tratteggiato è quello di un'impresa lombarda o veneta, che genera un fatturato di circa 34 milioni di euro, che impiega una quarantina di dipendenti e che attrae un investimento medio di circa 71,4 milioni di euro. Mentre dall'altro lato, quello degli investitori, il tipo di operazione preferito è quello del buy-out. (riproduzione riservata)

Progetti Gübelin vara il primo Emerald paternity test

Il laboratorio gemmologico elvetico ha lanciato un innovativo sistema per tracciare l'origine degli smeraldi dal proprio luogo d'estrazione, in un'ottica di social responsibility. **Barbara Rodeschini**

In un'ottica di social responsibility si muove il nuovo progetto del laboratorio gemmologico Gübelin, l'Emerald paternity test. Grazie a una nuova tecnologia, che usa speciali nanoparticelle basate sul Dna, la società svizzera rende tracciabili gli smeraldi di fino all'esatto luogo di estrazione. Una rivoluzione nel mondo gemmologico che consentirà di avere prove indipendenti sulla provenienza geografica delle gemme in contesto come quello attuale dove è sempre più importante garantire trasparenza. «Da 160 anni il principale obiettivo per noi è fornire ai nostri clienti spiegazioni il più precise e complete possibili. Questa innovazione porterà trasparenza nel settore delle pietre preziose in un modo completamente inedito», ha detto a MFF

l'esatta provenienza geografica degli smeraldi, infondendo fiducia e sicurezza. Ciò consente di raggiungere un nuovo livello di trasparenza nel commercio delle pietre preziose». Nello specifico, l'Emerald paternity test, che è protetto da brevetto, prevede l'applicazione di nano particelle direttamente in miniera sul cristallo di smeraldo non ancora lavorato. Sviluppata per resistere alle comuni procedure alle quali viene sottoposto



Nelle foto, Raphael Gübelin e uno smeraldo

Raphael Gübelin, presidente dell'azienda svizzera a conduzione familiare. «Questa tecnologia offre a tutte le parti interessate nella catena di produzione, dai minatori ai consumatori finali, la possibilità di provare

uno smeraldo prima di raggiungere il consumatore finale, questa tecnologia permette l'analisi delle nanomolecole in ogni singola tappa della catena di lavorazione. (riproduzione riservata)

Strategie PATAGONIA VESTE SEMPRE PIÙ SOLIDALE CON FAIR TRADE

Il gruppo rafforza il suo modello di business responsabile. Con il fine di certificare il 50% delle sue collezioni entro il prossimo anno

Patagonia diventa sempre più solidale. L'azienda di abbigliamento outdoor, che a oggi ha devoluto più di 89 milioni di dollari (pari a circa 76 milioni di euro al cambio di ieri) a società che si impegnano nella tutela dell'ambiente, rafforza la sua filosofia responsabile grazie al programma di certificazione Fair trade, creato dall'organizzazione non profit Fair trade Usa in aiuto ai lavoratori al fine di ottenere retribuzioni più eque all'interno dell'industria tessile. Partendo da un produzione realizzata per il 38% in stabilimenti Fair trade infatti, l'obiettivo del gruppo per il 2018 sarà quello di arrivare a certificare il 50% delle proprie collezioni, ispirando in questo modo anche le altre aziende del comparto moda a compiere lo stesso percorso. Il marchio vuole soprattutto convincere i consumatori ad acquistare più prodotti di qualità capaci di durare nel tempo, limitando di conseguenza consumi e impatto ambientale. «Fair Trade è un modo concreto per influenzare positivamente

aziende, marchi e clienti, che possono così compiere scelte d'acquisto informate. Chi svolge questo lavoro merita di essere visibile e riconosciuto», ha sottolineato Helena Harbour, vicepresidente del settore sportswear dell'azienda. Il programma in tre anni è cresciuto a livello esponenziale, da dieci capi in un solo stabilimento certificato oggi la collezione autunno-inverno 2017/18 abbraccia 480 modelli prodotti in 14 fabbriche dislocate tra Asia, America Latina e Stati Uniti. Accanto ai premi per i lavoratori e alla tutela dei diritti umani, le fabbriche sono caratterizzate da standard elevati di sicurezza nel lavoro e di normative ambientali. «Il cambiamento climatico è un rischio per tutti, le risorse del pianeta stanno finendo, per questo le



Un modello firmato Patagonia

industrie devono diventare più responsabili e rafforzare il legame con un consumatore sempre più attento», ha detto a MFF Sara Chacon, vicepresidente per la sostenibilità ambientale di Patagonia. (riproduzione riservata) **Alice Merli**



Progetti

Gübelin vara il primo Emerald paternity test

Il laboratorio gemmologico elvetico ha lanciato un innovativo sistema per tracciare l'origine degli smeraldi dal proprio luogo d'estrazione, in un'ottica di social responsibility. **Barbara Rodeschini**

In un'ottica di social responsibility si muove il nuovo progetto del laboratorio gemmologico **Gübelin**, l'Emerald paternity test. Grazie a una nuova tecnologia, che usa speciali nanoparticelle basate sul Dna, la società svizzera rende tracciabili gli smeraldi fino all'esatto luogo di estrazione. Una rivoluzione nel mondo gemmologico che consentirà di avere prove indipendenti sulla provenienza geografica delle gemme in contesto come quello attuale dove è sempre più importante garantire trasparenza. «Da 160 anni il principale obiettivo per noi è fornire ai nostri clienti spiegazioni il più precise e complete possibili. Questa innovazione porterà trasparenza nel settore delle pietre preziose in un modo completamente inedito», ha detto a *MF*

Raphael Gübelin, presidente dell'azienda svizzera a conduzione familiare. «Questa tecnologia offre a tutte le parti interessate nella catena di produzione, dai minatori ai consumatori finali, la possibilità di provare

l'esatta provenienza geografica degli smeraldi, infondendo fiducia e sicurezza. Ciò consente di raggiungere un nuovo livello di trasparenza nel commercio delle pietre preziose». Nello specifico, l'Emerald paternity test, che è protetto da brevetto, prevede l'applicazione di nano particelle direttamente in miniera sul cristallo di smeraldo non ancora lavorato. Sviluppata per resistere alle comuni procedure alle quali viene sottoposto



Nelle foto, Raphael Gübelin e uno smeraldo

uno smeraldo prima di raggiungere il consumatore finale, questa tecnologia permette l'analisi delle nanomolecole in ogni singola tappa della catena di lavorazione. (riproduzione riservata)



GÜBELIN