

Da Krizia a Valentino fino a Gucci e Ferrè

Ecco tutti i gioielli finiti all'estero

Le aziende familiari, però, rappresentano ancora il 78% del mercato nazionale

■ ■ ■ Dopo Krizia, Valentino, Gianfranco Ferrè, Gucci, Bottega Veneta (solo per citarne alcune) c'è un'altra eccellenza della moda come Versace che passa agli stranieri. Una internazionalizzazione a senso unico perchè nessuna delle "griffe" italiane è riuscita a espandersi in materia significativa all'estero. Sono state comprate e basta. Prada che acquista Church e qualche altra operazione marginale non rilevano.

Legate alla figura del fondatore le "griffe" italiane non sono riuscite a fare il salto di qualità e nemmeno il passaggio da una gestione familiare alla dimensione manageriale. Nulla di paragonabile alla Francia dove Kering e Lvmh, hanno dato

vita a grandi holding capaci di raggruppare le eccellenze del lusso in campo nazionale e internazionale (soprattutto taliane). Ci aveva provato vent'anni fa la famiglia Romiti con Maurizio (figlio di Cesare) mettendo insieme Fila, Valentino, Facis e qualcos'altro. In tre anni aveva perso mille miliardi di lire. A finanziare i disastri del "polo della moda" erano stati gli utili (allora abbondanti) di Rcs-Corriere della Sera. Un salasso iniziato alcuni anni prima acquistando dalla Ifi (oggi Exor) la Fratelli Fabbri. Anche il fondo Charme di Luca Montezemolo (Poltrona Frau, Ballantyne e altro) ha ottenuto risultati largamente inferiori alle attese e alla fine ha rinunciato alla

moda. Da qui il via libera agli stranieri che hanno davanti praterie poco presidiate. Ancora adesso, infatti, il saldo tra le aziende familiari che vendono la maggioranza e quelle che restano saldamente in mano al gruppo originario pende a favore dei secondi, anche nel lusso. Il 'family business' in Italia rappresenta circa l'85% del totale, tra imprese grandi e piccole, ed è il 60% del mercato azionario.

Nel sistema moda, le imprese familiari sono ancora di più e rappresentano il 78% su un totale di circa 645 aziende. La famiglia Missoni, dopo la scomparsa di Ottavio, ha fatto una scelta particolare: manterrà il controllo dell'azienda ma ha rag-

giunto un accordo con l'italianissimo Fondo Strategico per crescere.

Nel caso di Versace, c'è una storia con un grande dolore. Il gruppo ha perso il suo fondatore carismatico più di venti anni fa, ma la famiglia è stata in grado di reagire, facendo crescere, pur nelle difficoltà, il valore del marchio. Una situazione poco consueta per l'Italia. Nel nostro Paese a differenza della Germania, non c'è una distinzione chiara tra la proprietà e la gestione. E la situazione peggiora se dai fratelli si passa a prendere decisioni tra cugini. Alla fine, la vendita diventa la soluzione migliore. Anche per Versace.

N.SUN.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE GRIFTE NON PIÙ ITALIANE

Versace	Micheal Kors	2018		Stati Uniti
La Perla	Sapinda Holding	2018		Olanda
Yoox	Richemont	2018		Svizzera
Buccellati	Gansu Gangtai	2017		Cina
Pal Zileri	Mayhoola for Investment	2014		Qatar
Krizia	Shenzhen Fashion	2014		Cina
Pomellato	Kering Pinault	2013		Francia
Loro Piana	Lvmh	2013		Francia
Brioni	Kering Pinault	2012		Francia
Valentino	Mayhoola for Investment	2012		Qatar
Coccinelle	E-Land	2012		Corea
Bulgari	Lvmh	2011		Francia
Mandarina Duck	E-Land	2011		Corea
Ferrè	Paris Group	2011		Dubai
Belfe	E-Land	2010		Corea
Sergio Tacchini	Hembly Int. Holdings	2008		Cina
Bottega Veneta	Kering Pinault	2007		Francia
Acqua di Parma	Lvmh	2007		Francia
Mila Schön	Itochu Corporation	2007		Giappone
Emilio Pucci	Lvmh	2000		Francia
Fendi	Lvmh	1999		Francia

P&G/L



Peso: 28%