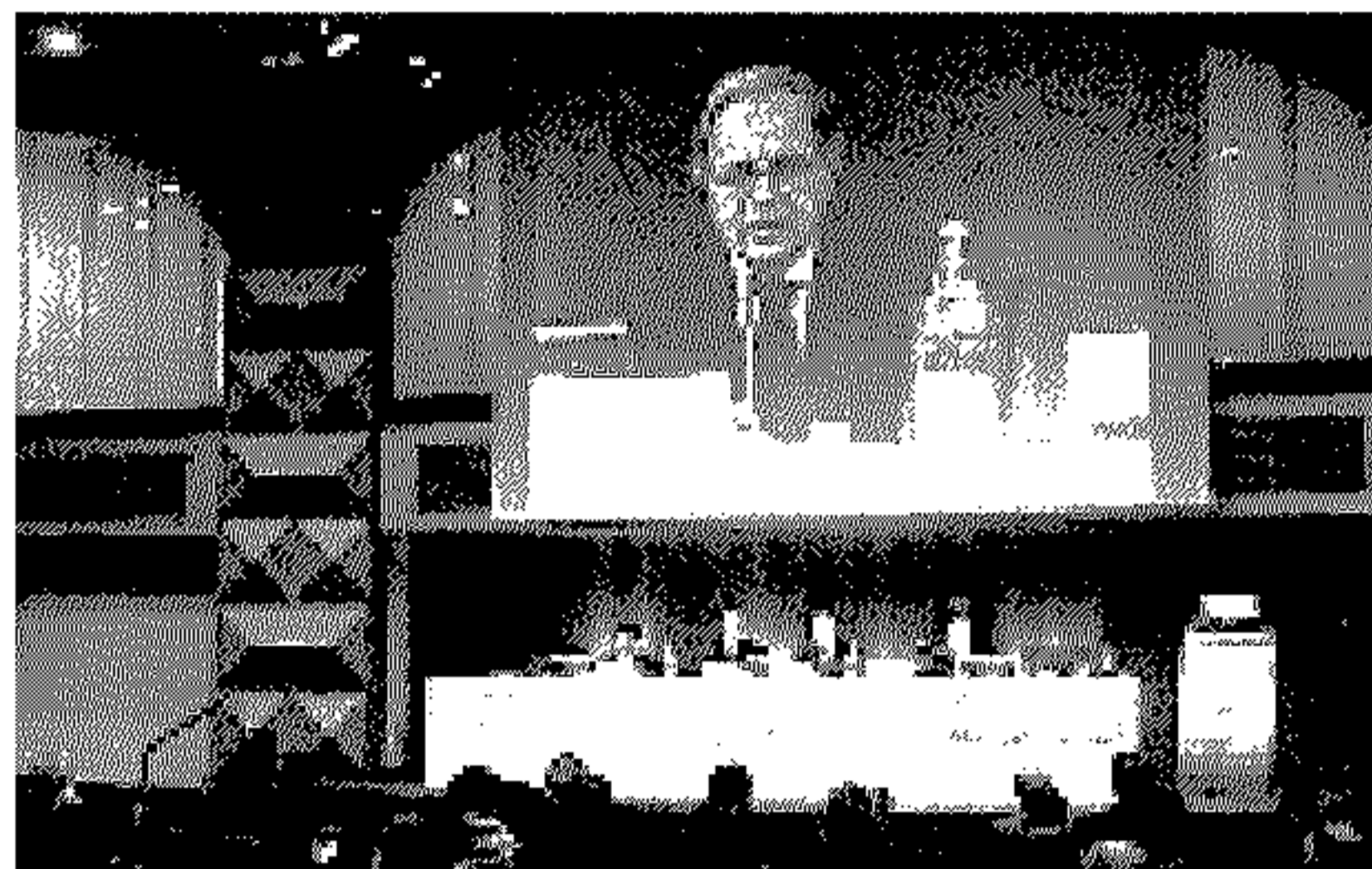


Il lusso italiano vola in Borsa e punta agli hotel

MILANO. Chi investe nel lusso in Borsa ha buone prospettive anche per il prossimo anno. Gli analisti di Merrill Lynch non hanno dubbi. Ieri nel corso del «Milano fashion global summit» hanno parlato di un anno segnato da una forte crescita dei fatturati e della profittabilità per molte delle imprese che operano nel settore. Le principali società italiane quotate hanno registrato una performance borsistica pari a +34,4% nell'ultimo anno, meglio del Mibtel. Critico, però, l'intervento di Patrizio Bertelli (Prada): «L'ingresso della finanza nella moda ha fatto guai», dice. «Non è vero, i numeri sono la migliore verifica della realtà», risponde Maurizio Tamagnini. Per Andrea Guerra, ad di Luxottica, le società devono presentarsi all'estero con una



struttura forte: l'azienda ha acquisito in Cina 300 negozi nella fascia lusso che lanceranno anche «brand» cinesi. L'arredamento, intanto, sta però diventando più importante della moda. Ne è certo Luca Cordero di Montezemolo che punta sul «forniture» e afferma che l'oggetto di lusso è quello che dura nel tempo. Le aziende della moda e del lusso per andare bene devono

essere coerenti e rispettare regole ferree, spiega Diego Della Valle. «Questo è un settore di gente che si è fatta da sola – mister Tod's non ha dubbi – chiediamo solo credibilità alle istituzioni altrimenti fare impresa diventa difficile». E c'è chi nel made in Italy diversifica l'offerta, è il caso dei Missoni che dopo Armani, Versace e Bulgari, annuncia il lancio della griffe nel business alberghiero con un accordo internazionale di licenza siglato con Rezidor Sas Hospitality, per lo sviluppo e la gestione del brand Hotel Missoni. «Non vogliamo disperdere il patrimonio dei valori di famiglia – ha spiegato Vittorio Missoni – d'altra parte crediamo che il settore alberghiero rappresenti una sinergia importante con la nostra moda». **(R.V.)**

