

I consigli degli esperti al Milano Fashion Global Summit organizzato da MF/Milano Finanza e Wsj

Moda, ecco le ricette per il successo

Da Bertelli e Rosso alla nuove strategie multimarca di De Sole

DI GIOVANNI GALLI

C'è ancora spazio per attuare una strategia di crescita multimarca, in un contesto negativo quale quello attuale con l'incerto futuro economico e politico che è alle porte? Per dibattere la questione, ora che è rallentato il ritmo delle fusioni e acquisizioni nel settore, i principali protagonisti internazionali della moda e del lusso si incontreranno il 25 e il 26 ottobre a Milano, al Milano Fashion Global Summit (per informazioni e iscrizioni 02-58219448-449/fashionsummit@class.it).

Patrizio Bertelli (presidente di Prada), protagonista di numerose operazioni finanziarie di grande interesse negli ultimi due anni, illustrerà il punto di vista di un operatore che sta crescendo sviluppando marchi omogenei fra loro, fra i quali Helmut Lang, Jil Sander, Genny e Azzedine Alaïa. **Domenico De Sole** (presidente e a.d. di Gucci), alle prese con l'avventura Yves Saint Laurent, affronterà l'argomento nell'ottica di un'azienda che si sta sviluppando rilanciando e rafforzando griffe diverse, fra cui

Alexander McQueen, Balenciaga, Bottega Veneta e Stella McCartney, ma complementari rispetto al marchio principale. Il parterre degli imprenditori che credono nello sviluppo di una strategia diversificata e che spiegheranno come vogliono realizzarla con successo, gestendo più marchi, sarà arricchito da **Renzo Rosso** (presidente e fondatore di Diesel), che dopo aver portato alla ribalta internazionale il marchio Diesel, sta tentando di ripetersi con Martine Margela, e da Tonino Perna (presidente di IT Holding), che ha recentemente acquisito griffe quali Malo, Gentryportofino,



Classificati MF THE WALL STREET JOURNAL **Milano Fashion Global Summit 2002**
25 - 26 Ottobre, 2002 - Palazzo Mezzanotte

Romeo Gigli e Ferré.

Al Milano Fashion Global Summit, ideato da **Paolo Pannerai** e **Frederick Kempe**, rispettivamente direttore di MF/Milano Finanza (e MF Fashion) e di The Wall Street Journal, sul modello del convegno in-

di successo in un mercato in continuo cambiamento».

Al summit, che si svolgerà a Palazzo Mezzanotte (sede della Borsa italiana), **Luca Cordero di Montezemolo**, amministratore delegato di Ferrari, **Diego Della Valle**, fondatore e presi-

ternazionale ideato da Alfredo Ambrosetti, che si tiene tutti gli anni a Villa d'Este (Cernobbio) il settore della moda e del lusso sarà analizzato a 360 gradi, per fornire la visione completa della sua evoluzione, in un momento ben sintetizzato dal titolo del convegno: «Sopravviveranno i migliori. Strategie

Strategie

dente di Tod's e **Francesco Trapani**, a.d. di Bulgari, forti dell'esperienza maturata alla guida di aziende di successo, fra le migliori rappresentanti del made in Italy nel mondo, spiegheranno come fare ricorso al mercato dei capitali per finanziare la crescita nazionale e internazionale. Contestualmente, **Masimo Capuano**, a.d. della Borsa italiana, completerà il quadro spiegando quali siano i vantaggi e i servizi che la quotazione in borsa offre, non solo ai grandi gruppi ma anche alle medie imprese.

Concetta Lanciaux, consigliere del presidente synergies di Louis Vuitton Moët Hennessy, **Floriane de Saint Pierre**, presidente della più importante società di head hunting (Floriane de Saint Pierre S.A.) specializzata nella moda e nel lusso, e **Fabio Marangoni**, presidente dell'Istituto Marangoni, una delle principali scuole di moda italiane, indicheranno i programmi d'avanguardia per formare i migliori talenti e reclutare le professionalità giuste per approfittare della crescita del mercato. (riproduzione riservata)