

**COSÌ I LUXURY STOCKS NELLE PIAZZE MONDIALI**

22.08.20

Dati in dollari				Dati in euro				Dati in dollari Hong Kong			
STATI UNITI	Prezzo ieri	Var.%	% 12m	ITALIA	Prezzo ieri	Var.%	% 12m	HONG KONG	Prezzo ieri	Var.%	% 12m
Abercrombie & Fitch	10,10	0,4	-40,6	Aeffe	0,92	0,8	-41,6	Chow Tai Fook Jewellery	7,52	1,3	-17,2
Amazon	3.284,26	-0,4	81,9	Basicnet	3,55	-	-18,0	Esprit Holdings	0,90	1,1	-24,4
Canada Goose	22,66	0,8	-42,7	Brunello Cucinelli	25,20	-0,2	-14,9	Global Brands	0,23	-	-59,8
Capri Holdings Ltd	15,07	-1,2	-46,2	Caleffi	0,72	6,7	-47,8	L'Occitane	12,66	-1,1	-20,8
Coty	3,78	-0,5	-57,6	Cover 50	6,20	-0,8	-32,6	Prada	31,45	-1,3	40,4
Estee Lauder	205,17	3,5	1,3	Csp Int. Ind. Calze	0,40	2,0	-35,2	Samsonite	8,16	-2,4	-52,2
Farfetch	29,11	0,3	184,5	Fope	7,30	1,4	-2,0	Dati in corone danesi			
Fossil	5,49	-2,4	-48,0	Geox	0,66	-0,9	-47,4	DANIMARCA	Prezzo ieri	Var.%	% 12m
Gap Inc	14,53	-0,3	-18,1	Giorgio Fedon	5,80	-	-12,8	Pandora	400,40	2,9	30,5
Guess	11,02	-3,4	-28,4	Italia Independent	2,00	-	17,6	Dati in yen giapponesi			
Iconix Brand Grp	0,88	-0,1	-40,2	Moncler	32,04	0,1	-7,7	GIAPPONE	Prezzo ieri	Var.%	% 12m
Koortor Brands	21,26	-2,0	-35,8	Ovs	0,86	-3,1	-49,4	Fast Retailing	61.060,00	0,7	-3,4
L Brands	29,71	0,5	53,7	Piquadro	1,38	-0,7	-40,2	Shiseido	5.759,00	-0,3	-32,6
Lululemon Athletica	367,38	0,3	99,7	Dati in franchi svizzeri				Dati in real brasiliani			
Men's Wearhouse	0,30	-	-93,8	SVIZZERA				BRASILE			
Nike Inc	109,06	1,0	30,9	Richemont				Alpargatas			
Pvh Corp.	49,97	-0,4	-31,3	Swatch I				Prezzo ieri			
Ralph Lauren Corp.	66,87	-0,6	-23,9	Dati in euro				Var.%			
Reyon Inc	6,69	-2,9	-59,8	AUSTRIA				% 12m			
				Wolford				Prezzo ieri			
				Var.%				% 12m			
				5,10				-50,5			

**Borsa**

# Da Tiffany a Prada, il lusso in Cina non rallenta

A dirlo gli esperti di **Gam**. Il Paese ha visto un balzo del 60% per le vendite di moda e pelletteria. Positiva Nike. **Federica Camurati**

**C**ontinua a mantenersi solida la domanda di beni di lusso in Cina. Dal secondo trimestre i negozi sono stati riaperti e si è registrato nella regione della Mainland China un fenomeno di revenge spending, con i consumatori che sono tornati prepotentemente a fare acquisti al termine del periodo di lockdown. Le vendite di moda e di pelletteria sono aumentate nel periodo di oltre il 60%. Una recente analisi di **Gam** ha evidenziato come le aziende del settore abbiano espresso un parere abbastanza unanime sul fatto che si tratti di una crisi dell'offerta più che della domanda, con realtà come **Ferrari** e **Hermès** che hanno



Lo skyline di Shanghai

sottolineato come la domanda sia rimasta robusta, in particolare per i clienti in Cina e in Nord America. «**Tiffany & Co** ha registrato un aumento del 90% delle vendite a maggio nella sola Cina e **Nike** è tornato a crescere prima del previsto nella Cina continentale», ha spiegato **Swetha Ramachandran**,

investment manager del fondo **Gam luxury brands equity**. «Prada ha registrato a luglio un notevole tasso di ripresa rispetto ai mesi precedenti». Fondamentale per il futuro del lusso sarà il ruolo dell'online. Durante il lockdown, molte griffe non avevano una presenza nel campo dell'e-commerce abbastanza solida da compensare il calo delle vendite che ha caratterizzato tutto il periodo. Ed è stato così che **Gucci**, considerato un marchio di prestigio, ha registrato un calo delle vendite del 41%, mentre **Salvatore Ferragamo**, notevolmente più debole, ha riportato una flessione del 52%. (riproduzione riservata)

## Finanza

### Swarovski, a rischio due miliardi



**Swarovski** affronta una nuova era. L'azienda austriaca potrebbe perdere fino ad un terzo delle sue vendite nell'anno, per 2 miliardi di euro a causa l'impatto della crisi del Coronavirus e del suo piano di ristrutturazione. Tra i piani a breve termine del gruppo non è esclusa la quotazione in borsa o l'alleanza con un partner strategico per l'iniezione di capitale. «È molto doloroso per tutti, ma dobbiamo agire come avremmo dovuto intraprendere anni fa», ha affermato **Robert Buchbauer**, ceo di Swarovski. Il manager ha spiegato che l'azienda deve rifocalizzarsi, e per questo tagliare spese e costi laddove c'è poco margine di profitto. Il gruppo taglierà anche la propria rete di negozi fisici, che superano i 3 mila punti vendita. Swarovski implementerà tutti questi cambiamenti in un periodo da due a tre anni. Inoltre, l'azienda ha annunciato già lo scorso giugno il licenziamento di 600 dipendenti. I piani di Swarovski (nella foto, un'adv) stimavano una crescita tra il 4% e il 5% prima della pandemia. L'azienda ha realizzato un fatturato di 2,7 miliardi di euro lo scorso anno e impiega 29 mila dipendenti worldwide. (riproduzione riservata) **Tiziana Molinu**

## Strategie

### Hugo Boss incentiva il lavoro a distanza



**Hugo Boss** pensa ai suoi dipendenti. L'azienda tedesca (nella fo-

to, l'headquarter) anche dopo la pandemia chiederà a molti dei suoi impiegati di recarsi in ufficio solamente dal martedì al giovedì, mentre il lunedì e il venerdì offrirà loro la possibilità di lavorare in smart working. La decisione è stata presa dopo che un sondaggio interno all'azienda ha rilevato che il 90% dei dipendenti si sentiva meno stressato a lavorare da casa, era più produttivo e aveva più tempo da dedicare alla gestione della famiglia. «Il sondaggio ha confermato ciò che la maggior parte di noi già sapeva. Il lavoro del futuro sarà una a combinazioni su misura tra lavoro in ufficio e lavoro fuori sede», ha affermato **Jochen Eckhold**, direttore delle risorse umane. «Il nostro modello di lavoro ibrido soddisfa il crescente desiderio dei dipendenti di opzioni di pianificazione e posizione alternative». Il nuovo programma di lavoro partirà a ottobre e interesserà inizialmente circa 3.200 dipendenti della Germania. (riproduzione riservata) **Daniele Stucchi**

## News

a cura di **Daniele Stucchi**

### Da Burberry a Beckham, 28 show fisici alla London fashion week

Il Bfc-British fashion council svela il calendario della prossima London fashion week di settembre. La manifestazione andrà in scena da giovedì 17 a martedì 22. Verranno presentate le collezioni uomo e donna di numerosi designer. Sono circa 90 i nomi dei brand che parteciperanno alla prossima edizione. Tra coloro che presenteranno le collezioni in un mix tra fisico e digitale, 23 maison, ci saranno Burberry, Victoria Beckham (nella foto, uno show), Emilia Wickstead, Erdem, Richard Malone, e Temperley London.

### Zalando, crescita dei margini ebit del 10-13% secondo BofA

Il percorso strategico di Zalando (nella foto, un'adv) verso la crescita è ben avviato. Questa la conclusione a cui sono giunti gli analisti di BofA-Bank of America in seguito a un confronto con il cfo della piattaforma e-commerce berlinese, David Schroeder. «Nonostante un trimestre record, pensiamo che Zalando sia ancora nelle prime fasi di una potente transizione che può portare i margini ebit verso il 10-13%», hanno affermato gli esperti. Un punto chiave della strategia della piattaforma riguarderà l'internazionalizzazione, dato che il business è più sviluppato nella regione Dach dove si trova il maggior numero di clienti attivi.

### Claudia Schiffer cura la sua prima mostra sugli anni '90

Claudia Schiffer presenterà Fashion photography from the 1990s. La prima mostra curata dalla top model tedesca (nella foto, ph Lucie McCullin) è prevista in programma dal 4 marzo al 13 giugno 2021 presso il Kunstpalast di Düsseldorf. L'esposizione è un viaggio che fa rivivere il panorama culturale della moda degli anni '90. Fotografie, musica e cimeli recuperati dall'archivio personale della Schiffer, svelano il lavoro di fotografi e designer di moda più leggendari di sempre. Ai visitatori saranno mostrati i dietro le quinte delle sfilate e delle feste più esclusive dell'intero decennio.

### Marcelo Burlon County of Milan inaugura un corner da Harrods

Marcelo Burlon County of Milan presenta il nuovo corner da Harrods. Il brand di moda fondato nel 2012 dal designer argentino apre all'interno dell'area dedicata al menswear dello storico magazzino di Brompton Road a Knightsbridge un pop up che riflette il suo spirito streetwear contemporaneo. Gli Specchi, l'acciaio e il pavimento in velluto blu elettrico creano uno spazio psichedelico che altera la percezione della realtà, come era già accaduto durante la sfilata a-i 2020/21 (nella foto, un look). (riproduzione riservata)