

IL MONDO

SETTIMANALE ECONOMICO DI RCS PERIODICI - CORRIERE DELLA SERA

n° 12 - 20 marzo 2009

LE AZIENDE SALVAPOSTO

RIDUZIONE
DELLO STIPENDIO,
CONTRATTI
DI SOLIDARIETÀ,
TURNI DI NOTTE:
COSÌ LE IMPRESE
(E CHI CI LAVORA)
COMBATTONO
LA CRISI
SENZA LICENZIARE

TESORO
GRANDI MANOVRE
SULLE POLTRONE
DI FS, POSTE E...

BANKITALIA
PROGETTO CHOC
PER UTILIZZARE
LE RISERVE

FIAT
LE AZIENDE
CHE MARCHIONNE
PORTA IN USA

SKY
ECCO I CONTI
ITALIANI
DI MURDOCH



Tutti i giorni della settimana il Mondo € 1,20, in vendita in abbinato con il Corriere della Sera, il Venerdì € 1,20 + il prezzo del Corriere della Sera / Austria € 4,00 - Canada € 7,00 - Francia € 4,00 - Germania € 4,00 - Giappone € 4,00 - Spagna € 4,00 - Svizzera € 1,20 - Ungheria € 1,20 - USA € 7,00 - Poste italiane SpA - n° 11 - 02 30 01 01 01 - s.p.a. - 40133 Roma, tel. 06 47 80 01 01

postapress
ventiquattrore



9 770341 68500 1

ISSN 1120-3462



PARLA PERRIN IL FUTURO DEL MERCATO SECONDO IL DIRETTORE DEL GRUPPO RICHEMONT

Se il prezzo non è giusto il lusso diventa superfluo

«Il prezzo sarà un fattore determinante per l'avvenire del lusso. Nei prossimi anni ciò che è troppo caro non avrà mercato». Disqualifié, che è pure peggio perché connota la messa al bando. Che poi il direttore esecutivo del gruppo Richemont, Alain Dominique Perrin, intenda far propria la massima anche per il gruppo di cui gestisce le sorti e, in particolare, il posizionamento da quando, giovane dirigente, si inventò les Must de Cartier, è ovviamente un'altra faccenda: «Non mi faccia far confusione fra i vari piani, fra moda e grande maison», dice di passaggio a Milano. Ben consapevole che, al contrario, su questa particolare omologazione, di senso, di percepito, di marketing, si siano arricchiti in molti, Perrin, che ora di anni sui suoi tratti volitivi di bretone (e corso) ne ha incisi 66, è convinto che «sia ora di cancellarla una volta per tutte, questa parola, questo lusso che ha ormai perso di significato, e lavorare piuttosto sui due concetti che, credo, potranno ancora suscitare qualche interesse, sia fra chi vi lavora sia fra chi potrebbe volerne acquisire i risultati: innovazione e creatività, purché proposte a prezzi ragionevoli», sostiene. È finita l'epoca dei margini a tre cifre: «Ci si dovrà accontentare di risultati più contenuti, saper valutare un corretto rapporto qualità-prezzo. Ma, nel contempo, avremo la straordinaria opportunità di poter lavorare sui contenuti, sulla ricerca. Per troppi anni i grandi creatori hanno visto le loro idee soffocate e indirizzate verso concetti omologati, negozi tutti uguali». Detto dai piani alti di un gruppo dove le vendite dell'ultimo trimestre 1998 hanno subito una contrazione a cambi costanti del 12%, a 1,55 miliardi di euro, fa pur sempre una certa impressione. Ma Perrin ha, come desumibile, anche qualche suo progetto in mente, oltre al lustro di Cartier, Van Cleef&Arpels, Dunhill o Jaeger-Le Coultre, del Salon de la haute horlogerie di

Ginevra e della Fondation Cartier, creata nel 1993 e tuttora capostipite e modello di analoghe iniziative da parte dell'imprenditoria del lusso. Da circa un anno

Perrin finanzia il progetto Lost&Found: abiti, maglie e gonne che, nelle mani di Ria Dunn, canadese trapiantata nella campagna toscana, fa tesoro di vecchie lavorazioni, tinteggiatura a mano e tagli particolari per dar vita a capi unici, forse fin troppo colti per un sistema che deve riappropriarsi delle logiche del saper fare, oltre al saper guardare e consumare. Pochi giorni fa, alla presentazione della nuova collezione, a Parigi, le prime



Alain Dominique Perrin

IT HOLDING INTESA RAGGIUNTA FRA I TRE COMMISSARI

Michela Piva confermata nella gestione di Ferré

Forse Nally Bellati, simpatica fotografa che nessuno ha mai capito come faccia a scattare tutte quelle immagini senza mai togliersi gli occhiali neri, non si è resa del tutto conto di aver dato vita a un'immagine che era al tempo stesso uno scoop e un'anticipazione quando, domenica primo marzo, ha fissato, insieme, i tratti di un team francamente inedito: Stanislao Chimenti, Roberto Spada e Andrea Ciccoli, i tre commissari incaricati dal ministro Claudio Scajola di rimettere in piedi Ittierre, che a partire da Isernia dà lavoro a circa 2 mila persone in aree industrialmente depresse, ma anche

l'amministratore delegato della Ferré fino al momento del crack, la bionda, tonnicissima e determinata Michela Piva e, soprattutto, Alberto e Charlie Ferré, fratello e cognata dello stilista scompar-



I commissari governativi di Ittierre, Stanislao Chimenti, Roberto Spada e Andrea Ciccoli, assieme a Michela Piva (penultima a destra) e Alberto Ferré. A destra, una sfilata di Ferré

Photo: courtesy Nally Bellati

IL LUSSO DI SAPERE

Pronti 12 milioni per lanciare l'anti-kitsch

Fra Alberto Bombassei, Adriano Teso e lui, Renato Preti, vi hanno investito 12 milioni di euro. Non sono pochissimi, per Skitsch («nome testatissimo, giuro, e poi in questi anni funzionano nomi eccentrici, dice niente Google?», ironizza l'ex promotore del fondo Opera). Skitsch sarà un network di negozi e showroom di design, che debutterà sulla piazza milanese il prossimo 21 aprile con un grande spazio sulla via Monte di Pietà, che ospiterà anche un bar. Skitsch si ispira a un'ex controllata di Opera, Unopiù, nella formula commerciale e di marketing, quanto all'antesignana del design prêt-à-porter, la griffe Usa Design within reach (ovvero, il

firme della moda sono accorse in massa: il progetto è interessante, Perrin è potente. E non ha intenzione di investire in un monomarca, per quei capi: «Il lusso è una faccenda personale, intima, one to one», e il modello della cattedrale dell'acquisto, evidentemente, «finita», per chi punti a posizionare il proprio prodotto nella fascia più elevata del mercato, quella che, infatti, in questi mesi ha smesso di varcare pubblicamente la soglia di una boutique e inizia a richiedere «una buona e fondata ragione per spendere». Non a caso, e pur avendo una partecipazione anche in net-à-porter.com, l'unica insegna internet che contenda il primato a Yoox, Perrin non si nasconde quanto poco web potrà fare, come modello di retail, nell'area del lusso: «Chi acquista moda imparerà sempre di più a farlo stando seduto davanti al pc, e ci sono network come Vente privée che propongono marche di qualità. Ma, come evidente, sul web non si comprano diamanti».

so nel 2007, che nessuno aveva più visto presenziare ad alcun appuntamento della griffe. La loro partecipazione nell'ora sicuramente più difficile della storia aziendale è stata apprezzata da tutti (i Ferré non detengono più alcuna quota nella maison: possiedono però il grande palazzo di via Pontaccio che la ospita), e in particolare dai tre commissari che, attorno a una risposta così compatta, pare abbiano avuto modo di ammorbidire anche qualche divergenza di opinione e qualche aspirazione singola. In particolare tutto lascia credere che l'armonia sia necessaria, utile e auspicabile anche perché, sul fronte di quelle migliaia di dipendenti allocati in un collegio di granitica fede dipietrista (il Molise), il governo gioca una partita non facile, e uno smacco non sarebbe tollerato. Tanto che, dopo i primi bellicosi propositi, è stata accantonata



anche l'azione legale nei confronti di Roberto Cavalli: la licenza Just Cavalli è troppo importante, fondamentale nella ripresa della Ittierre, perché le due parti si facciano trasportare dalle rispettive esigenze economiche, o di linearità di azioni. Ora che il pool di banche creditrici, Intesa in testa, hanno concesso i finanziamenti necessari a proseguire l'attività per i prossimi sei mesi, Spada, Chimenti e Ciccoli hanno tempo fino al 12 luglio per presentare il piano di risanamento e, ufficialmente, non alzano più gli occhi dai dossier. Alla gestione di Ferré, non a caso, hanno confermato Piva: amministratore delegato facente funzione, visto il caso, ma con tutte le deleghe necessarie a garantire l'operatività e lo sviluppo: qualcuno che sappia di moda, nella moda, di solito aiuta.

design alla portata di tutte le tasche), quotata di Wall Street, che nel giro di pochi anni ha raggiunto un fatturato di 200 milioni grazie all'offerta di pezzi unici di prezzo variabile da pochi a migliaia di dollari. Skitsch, direzione artistica affidata alla raffinatissima Cristina Morozzi e a Jeffrey Bernett, nome di punta del design d'Oltreoceano, ma con molte collaborazioni italiane, da B&B a Cappellini, dovrebbe appunto proporre pezzi da 50 a 50 mila euro, comprensivi di tavoli da ping pong e calciobalilla, che sono la passione di Preti. Il pezzo più caro: un tavolo più credenza alta oltre due metri rivestiti anche internamente in specchio di Joost Van Eyck. Ai laboratori di Arte Veneziana che se la sono visti commissionare non credevano alla propria fortuna.

Da Chanel a PZero, agli accessori arriva Franco

Chi c'è dietro alla prima collezione di borse Pirelli PZero, la PBag presentata qualche giorno fa ai top client italiani, da Michele Giglio a Roberto Russo, fra la partita e le salette del Meazza, in soli 200 esemplari? Renato Franco, ex Chanel, che nelle ultime stagioni ha firmato anche la linea di accessori Breitl. Ed entro pochi giorni dovrebbe concludere l'intesa anche il nuovo, e in realtà primo effettivo e corposo, team di stilisti per le collezioni di abbigliamento e sport della linea del gruppo Pirelli.



Una PBag della Pirelli PZero