

**MF**  
fashion

# Cucinelli strega la Borsa e debutta a +50%

**Il titolo ha segnato il maggior rialzo rispetto al prezzo di Ipo dai tempi della bolla hi-tech**

**B**runello Cucinelli incanta Piazza Affari. Collocato al prezzo massimo di 7,75 euro dopo la chiusura anticipata delle sottoscrizioni, con un book che copriva 17 volte l'offerta, il titolo si è presentato ieri all'appuntamento con il debutto borsistico, anticipato dal 3 maggio alla mattina del 27 aprile, senza riuscire a fare prezzo per oltre venti minuti per eccesso di rialzo. Sinché non ha debuttato a 10,36 euro, in rialzo del 34% rispetto al collocamento, e ha continuato a essere scambiato stabilmente sopra il livello di 10 euro per tutta la giornata, sino a chiudersi addirittura a 11,6 euro, con un rialzo che sfiora il 50% (49,7%). Si tratta del debutto in maggior rialzo rispetto al prezzo dell'ipo da diversi anni, probabilmente dai tempi della bolla hi-tech, come ha sottolineato l'amministratore delegato di Borsa italiana Raffaele Jerusalem alla presenza dell'imprenditore-stilista visibilmente emozionato e felice, durante una cerimonia di debutto che, sarà per l'abbondanza di balle in cashmere sparse qua e là, di immagini giganti del castello di Solomeo, dove ha sede l'azienda, e di capi finiti disposti come in una vetrina curata, è riuscita a scaldare anche la nota atmosfera un po' algida del salone della Borsa post-ristutturazione. E nel suo intervento lo stilista-imprenditore-umanista ha ribadito la sua filosofia: fare prodotti di lusso nel segno dell'artigianalità, del made in Italy più totale, di uno stile raffinato e senza tempo, ma senza strappi, senza licenze, e soprattutto nel segno del rispetto dell'uomo. Forse, per la prima volta nella storia delle ipo italiane, un imprenditore si è presentato al mercato dicendo a chiare lettere che il suo obiettivo non è quello di lavorare strenuamente su ogni ritaglio di spesa per aumentare i margini, ma è quello di riuscire ad aumentare gli stipendi dei suoi dipendenti. Di fronte a questo quadro, aleggiano nei discorsi fra gli addetti ai lavori il grande quesito: ma Cucinelli è un caso a sé, o è l'apripista di un nuovo modo di triangolare il rapporto fra imprenditori, lavoratori e investitori? In attesa che il tempo fornisca una risposta a questa domanda, si scopre che fra i nuovi soci di Cucinelli ci sono anche Marco Palmieri di Piquadro e Federico Marchetti di Yoox, seppur con piccole quote da investitori privati. E che il gruppo Ermengildo Zegna e Benetton, che hanno acquistato rispettivamente il 3% e il 2% di Cucinelli, avrebbero voluto investire ben di più nell'azienda umbra, almeno il 10% ognuno. Ma con domande pari a 17 volte l'offerta, anche loro si sono dovuti accontentare. (riproduzione riservata)

**Alessandro Wagner**



NELLA FOTO: UN LOOK BRUNELLO CUCINELLI

**C**inquecento signore, e non un uomo, saranno il parterre della prima sfilata di alta moda italiana che si svolgerà a Doha, capitale del Qatar, la sera del prossimo 2 maggio. Protagonisti in passerella i grandi nomi della couture tricolore, ovvero **Renato Balestra, Raffaella Curjel, Gattinoni, Antonio Grimaldi** e la maison **Sarli** che sfileranno in una collettiva nella ballroom dell'hotel St. Regis. Patrocinato da **AltaRoma**, il fashion show-gala è la punta di diamante di un calendario organizzato da **Dennis Muller**, numero uno della società francese **MD International**, che non metterà sotto i riflettori del jet set del Golfo Persico soltanto la moda. Nella stessa occasione saranno presentate le ultime novità di interior design haut de gamme di marchi

del calibro di **Poltrona Frau, Baldi, Villari, Seguso, Vetreria di Empoli e Molteni**. Un altro défilé sarà, invece, riservato a sole 20 signore, mogli di altrettanti sceicchi, alle quali i magnifici cinque dell'alta moda italiana, nelle sale di uno dei palazzi reali di Doha, proporranno abiti creati e accessoriati ad hoc, con criteri estetici (scollature contenute, niente trasparenze ma tanti preziosi ricami e intarsi) che rispettano le esigenze e i canoni di eleganza locali. «Entrambe le sfilate sono l'occasione per entrare in contatto con famiglie a noi finora sconosciute», ha detto a **MF** **Stefano Dominella**, presidente della maison Gattinoni che vende le sue collezioni di alta moda in Libano e Arabia Saudita. Ma ancora non nel Qatar, un paese che non sa cosa sia la crisi e che nel 2011 ha



In alto, un abito Raffaella Curjel

## Trimestrali/1

**BasicNet, ricavi a +9%**

**BasicNet** inizia il 2012 nel segno della crescita. Il gruppo a cui fanno capo i marchi **Superga, K-Way, Jesus Jeans, Sabelt e Kappa** ha infatti registrato nel primo trimestre, archiviato lo scorso 31 marzo, ricavi aggregati per 114 milioni di euro, in crescita del 9,02% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Stabile invece il fatturato consolidato, che si attesta a 44 milioni di euro (erano 45 milioni lo scorso anno), così come l'utile netto a quota 1,8 milioni (erano 1,9 nel primo quarter del 2011). A livello geografico la migliore performance è quella messa a segno dal Medio Oriente e dall'Africa, in crescita del 47%, seguiti da Asia e Oceania (+15%) e dall'Europa (+5,6%), mentre restano stabili le Americhe anche a fronte dell'entrata in vigore di diversi accordi di licenza, tra cui quelli per il Centro e il Sud America, che entreranno a regime dall'ultimo trimestre 2012. A doppia cifra il canale retail, che segna una progressione del 10% grazie soprattutto ai 16 nuovi punti vendita a insegna **Superga** e **Robe di Kappa** inaugurati nel corso del periodo in Italia e in Grecia. Il gruppo ha inoltre perfezionato l'intesa distributiva per conquistare la Russia con **Bosco dei Ciliegi**, proprietario di diversi punti vendita tra cui i magazzini **Gum** di Mosca. (riproduzione riservata)

**Alessia Lucchese**

## Trimestrali/2

**Inter parfums, vendite +24%**

**Inter parfums inc.**, uno dei leader della profumeria mondiale, registra un primo trimestre dell'anno con vendite nette pari a 165,4 milioni di dollari (circa 124,73 milioni di euro) in progressione del 24% a cambi comparati. Le vendite sono state trainate da prodotti best seller, come la linea di prodotti **Burberry body** (nella foto) in salita del 12%; bene anche le fragranze a marchio **Lanvin**, in crescita del 12%; stupisce l'incredibile incremento del profumo di **Jimmy Choo** che ha segnato un +68%. Le vendite vanno bene in tutte le aree geografiche con gli Stati Uniti in crescita del ben 68%, seguiti dal Middle East che registra un +35% e dall'Europa a +22%. «Siamo molto contenti dei risultati del mercato nordamericano, che ha reagito bene al lancio di **Nine West, Anna Sui e Banana Republic**», ha commentato in una nota **Jean Madar**, presidente e ceo di Inter parfums, specificando che stanno continuando le trattative con Burberry (vedere **MF** del 21 dicembre 2011). (riproduzione riservata)

**Fabio Maria Damato**

