

COSÌ I FASHION STOCKS NELLE PIAZZE MONDIALI

MFF LUXURY STOCK INDEX



| W/Hub | Prezzo | Var.% | %12m | Prezzo | Var.% | %12m |
|---------------------|--------|-------|-------|--------|-------|------|
| ITALIA | | | | | | |
| Aeffe | 0,71 | -3,5 | -38,9 | | | |
| Bascinet | 3,32 | -1,2 | -27,4 | | | |
| Brenelio Cucinelli | 84,40 | -1,4 | 12,2 | | | |
| Cap Int. Ind. Calze | 0,32 | -5,4 | -16,0 | | | |
| Desolance | 9,90 | -1,4 | -13,2 | | | |
| Eligo | 1,81 | - | -22,0 | | | |
| Fope | 28,00 | | -14,1 | | | |
| Gentili/Masconi | 2,55 | -0,8 | -21,0 | | | |
| Goos | 0,80 | 1,2 | -28,6 | | | |
| Giglio.com | 1,80 | - | -23,7 | | | |
| Gismondi 1754 | 3,74 | 1,4 | -28,1 | | | |
| Intarcoe | 16,52 | -0,2 | 7,0 | | | |
| Mozlet | 55,44 | 1,8 | -9,9 | | | |

| | Prezzo | Var.% | %12m | | Prezzo | Var.% | %12m | | Prezzo | Var.% | %12m |
|---------------------|--------|-------|-------|-------------------|--------|-------|--------------------|-----------------|--------|-------|-------|
| USA | | | | FRANCIA | | | | GERMANIA | | | |
| Ovs | 2,62 | -0,4 | 10,0 | V.F. Corp | 16,25 | 1,7 | -14,9 | Adidas | 229,10 | -1,5 | 26,2 |
| Piquadro | 2,22 | -1,3 | 19,6 | Victoria's Secret | 18,36 | 2,5 | -4,1 | Douglas | 18,64 | -1,2 | - |
| Saffio Group | 1,03 | 0,8 | -17,0 | Vince Hog | 1,01 | 0,7 | -46,5 | Hugo Boss | 35,11 | -3,0 | -62,0 |
| Salvatore Ferragamo | 7,36 | 0,4 | 43,6 | | | | Puma | 43,66 | 1,2 | 22,0 | |
| EUROPA | | | | ITALIA | | | | Zalando | 23,08 | 0,9 | -24,1 |
| Alencantim & Fitch | 106,14 | 1,3 | 314,2 | | | | RUSSIA | | | | |
| Birkenstock | 56,59 | 2,1 | - | | | | Inditex | 44,80 | -0,6 | 34,2 | |
| Canada Goose | 11,37 | 0,5 | -35,1 | | | | Paig Brands | 25,30 | -3,7 | - | |
| Capri Holdings Ltd | 33,15 | 0,0 | -8,3 | | | | BRASILE | | | | |
| City | 8,56 | 0,8 | -23,0 | | | | Essilor Luxottica | 132,85 | -1,4 | 8,8 | |
| Ermes/Erlo Zegna | 10,92 | 0,4 | -24,0 | | | | Hermes Int'l | 2.037,00 | 1,8 | 6,9 | |
| Estee Lauder | 101,32 | 1,6 | -43,2 | | | | Interparfums | 49,65 | -1,8 | -15,3 | |
| Foot Locker | 26,15 | 2,2 | 3,5 | | | | Kering | 278,16 | -2,5 | -47,7 | |
| Fossil | 1,20 | -2,4 | -54,7 | | | | L'Oréal | 392,36 | 1,5 | -4,3 | |
| Gap Inc | 21,63 | 1,4 | 134,8 | | | | L'Oréal | 602,00 | -1,0 | -23,0 | |
| Gil Apparel Group | 26,14 | -0,7 | 28,7 | | | | Roche Bobois | 47,40 | - | -6,0 | |
| Guess | 22,81 | 0,4 | 24,5 | | | | Snip Sa | 2,11 | 0,2 | 76,4 | |
| Kentor Brands | 67,31 | 1,5 | 62,5 | | | | AUSTRIA | | | | |
| Lanvin Group | 1,48 | -5,1 | -68,4 | | | | Wolfart | 2,82 | - | -42,9 | |
| Lavi Strasse | 12,31 | -1,1 | 20,8 | | | | REGNO UNITO | | | | |
| Lululemon Athletica | 252,79 | -7,1 | -33,8 | | | | Aaco | 384,60 | 0,3 | -10,9 | |
| Mytheresa | 4,07 | 1,8 | 7,7 | | | | Barberry Grp | 717,20 | 1,8 | -67,1 | |
| Nike Inc | 72,10 | 1,2 | -33,4 | | | | | | | | |
| Pvh Corp. | 57,76 | -0,1 | 14,3 | | | | | | | | |
| Ralph Lauren Corp. | 163,96 | 0,1 | 27,9 | | | | | | | | |
| Tapettey | 40,18 | 1,6 | -3,8 | | | | | | | | |
| Under Armour | 6,75 | 3,4 | -14,2 | | | | | | | | |

Borsa

Il super lusso premia **Hermès** (+15%)

Il gruppo francese ha archiviato il primo semestre con vendite per 7,5 miliardi di euro, in una progressione double digit su tutti i mercati anche nella più critica Asia (+10%). La pelletteria vola oltre le stime degli analisti (+19%). **Chiara Bottoni**

Hermès chiude il primo semestre in crescita a doppia cifra, performando meglio di altri gruppi del lusso e confermando l'appetito dei super ricchi verso prodotti iper esclusivi. La società ha messo a segno vendite di 7,5 miliardi, in progressione del 15% a cambi costanti e del 12% a valute correnti con un utile netto di 2,4 miliardi, rispetto ai 2,2 miliardi dello stesso periodo dello scorso anno. In particolare, nel secondo trimestre le vendite si sono attestate a 3,7 miliardi, in salita del 13% a



Un look Hermès

cambi costanti. «I solidi risultati del primo semestre, in un contesto economico e geopolitico più complesso, riflettono la forza del modello di Hermès», ha dichiarato Axel Dumas, presidente esecutivo della società. «Il gruppo è fiducioso nel futuro e continua a investire, per perseguire il proprio progetto di integrazione e di creare nuovi posti di lavoro, pur rimanendo fedele ai propri valori». Il contributo alla crescita arriva da tutte le aree geografiche, nonostante una base di confronto particolarmente elevata

nel secondo trimestre in Asia. Questo mercato ha archiviato il semestre con un +10% per 3,5 miliardi, escluso il Giappone che ha chiuso a +22% per 693 milioni grazie alla forza della clientela locale. Le Americhe sono cresciute del 13% a 1,3 miliardi spinte dagli Stati Uniti, mentre l'Europa ha messo a segno un +18% per 970 milioni, con un +15% per la Francia a 680 milioni. A livello di prodotto, la pelletteria è progredita del 19% per 3,2 miliardi, oltre le guidance di alcuni analisti, il ready to wear del 15% per 2,1

miliardi, profumi e beauty del 5% per 129 milioni, seta e tessuti dell'1% per 436 milioni e altri settori del 19%. «Nonostante il contesto macro economico sfidante restiamo confidenti sulla seconda parte dell'anno. Continueremo a investire, a creare posti di lavoro e ad aprire negozi. In autunno lanceremo anche una fragranza da donna», ha concluso Dumas. (riproduzione riservata)

Essilux cresce single digit
A pagina 14 di MF

Iniziativa

PER ALESSANDRO ENRIQUEZ NUOVI DEAL LIFESTYLE

Il brand del designer siciliano apre un pop-up a La Spezia e veste un bistrot a Lerici. In arrivo un progetto nel wine

Dopo essere approdato da Spinnaker ad Alessio la scorsa estate, Alessandro Enriquez prosegue l'espansione in Liguria con l'apertura di un pop-up a La Spezia, all'interno di Niba. La boutique multibrand gestita dalla famiglia Dong ha scelto una selezione di look dell'a-i 2024/25 ispirata al tema della pace. La partnership è stata celebrata con un evento, che ha visto anche la personalizzazione del seaside bistrot & cocktail Bar La Marinella di Lerici. «Durerà fino a settembre», ha spiegato a MFF il designer. «Mi piace investire nell'Italia soprattutto se si riescono a riunire più realtà». Prosegue inoltre la crescita dell'offerta lifestyle, che è arrivata a rappresentare il 20% dei ricavi. «Abbiamo tanta richiesta sui prodotti casa, mentre è in arrivo un progetto nel wine con la Cantina Fazio», ha proseguito Enriquez. Infine, sul fronte distributivo, il brand entrerà nel mercato americano dalla stagione s-s 2025 insieme al distributore Fo.ri showroom di Jacopo Foti. (riproduzione riservata)



Il pop-up di Alessandro Enriquez a La Spezia

Alice Merli (La Spezia)

News

a cura di Emma Crugnoia e Alice Proserpi

Burberry, voci sull'exit del presidente

Possibili nuovi cambi manageriali in casa Burberry (nella foto, uno store). Secondo quanto riportato da Sky news, il marchio brit sarebbe prossimo a un altro importante cambio ai vertici dopo la recente uscita del ceo Jonathan Akeroyd rimpiazzato da Joshua Schuman. Questa volta la posizione in predicato sarebbe quella del presidente Gery Murphy. La casa di moda, in sofferenza da circa un anno con ricavi a -22% nell'ultimo trimestre, starebbe infatti collaborando con dei cacciatori di teste per individuare due nuovi manager per sostituire l'attuale dirigente Murphy, in carica dal 2018. «Sono stati piuttosto espliciti nel dire che il posto è disponibile», avrebbe affermato un addetto ai lavori interno al settore. Mentano non ci sarebbe una tempistica sull'avvicendamento.



Intesa, 12 milioni all'hub di Pattern

AGruppo Intesa finanzia con 12 milioni il progetto per la costruzione del nuovo quartier generale di Pattern (nella foto) che beneficerà anche della garanzia green di Saie. La nuova sede sarà a



Collegno, a Nord di Torino, e il trasferimento è previsto entro fine 2025.

Tag Heuer verso l'accordo con F1

Tag Heuer (nella foto, una partnership) potrebbe scalzare Rolex e diventare cronometro ufficiale della Formula 1. A confermarlo in una conferenza con gli analisti, il cfo Jean-Jacques Guiony: «Tag Heuer è in trattative per entrare nella prossima stagione, ma nulla è deciso in questa fase».



Loro Piana veste Harrods per il Natale

Il 100° di Loro Piana si festeggia da Harrods. Dal 7 novembre al 2 gennaio 2025 il marchio italiano sarà protagonista del takeover del department store londinese durante la holiday season. Per l'occasione la facciata di Brompton road verrà brandizzata dalla maison di Lvmh, come anche le 36 vetrine, oltre che i due pop-up all'interno. Per la prima volta verranno anche presentati prodotti speciali ed esclusivi (nella foto), dedicati alla tradizione Loro Piana. Al termine della collaborazione saranno insuperabili nel mall due shop permanenti, uno dedicato alla collezione bambino e l'altro alla linea di arredamento per interni. Le collezioni uomo e donna sono caratterizzate da dettagli e queste motivi a quadri. (riproduzione riservata)

