

La giornata
a Piazza Affari

↑ **Avio protagonista a Milano**
Corre il tech, Stellantis +3,8%

Avio protagonista sul Ftse Mib, in rialzo del 5,81%. Acquisti per Technoprobe +5,57% e Prysmian +3,86%, che beneficiano dell'entusiasmo per l'ipo di Anthropic. In luce Stellantis che chiude con un netto +3,83%.

↓ **Tim -2,4%, Eni perde l'1,7%**
Recordati si allinea all'Opa

Tim chiude in calo del 2,45%, seguita da Eni che lascia l'1,79% dopo il rally di venerdì. Recordati perde l'1,49% e si allinea ai 53 euro offerti da Cvc e Gbl, in vista della riapertura dell'Opa il 3 novembre. Inwit flette dello 0,9%.



Gli aggiornamenti de "La Stampa" corrono tra edizione digitale e cartacea. Numeri e quotazioni integrali si trovano sulla pagina web del nostro sito internet raggiungibile attraverso il QR Code che trovate qui a sinistra.

Trimestrali in chiaroscuro, il calo dei consumi in Cina preoccupa il mercato. Soffrono anche Hermes e Kering

Lusso in salita tra il carovita e la geopolitica

In Borsa i big hanno perso 250 miliardi

LO SCENARIO

MICHELE CHICCO
MILANO

Le nubi dell'inflazione offuscano il futuro dell'industria del lusso che ha chiuso il terzo trimestre del 2026 con numeri in chiaroscuro. I ricavi dei primi nove mesi dell'anno appaiono le aspettative degli analisti, ma ogni maison deve fare i conti con lo scenario incerto reso ancor più imprevedibile dai gusti dei consumatori. Un dato che testimonia il momento poco esaltante che i principali gruppi europei stanno vivendo arriva dalla Borsa: i big del lusso hanno perso circa 250 miliardi di valore di mercato quest'anno.

Prada, regina del fatturato in Italia, nel terzo trimestre ha visto crescere i ricavi del 15% a 4,5 miliardi grazie al contributo di Versace che ha riequilibrato la frenata di Miù Miù; mentre Kering che ha avviato sei mesi fa il piano firmato da Luca de Meo ha centrato i 10,5 miliardi di ricavi (-2%) anche se sembra essere ancora lontana la ripresa di Gucci che genera da sola la metà del

A Milano
In via
Montenapoleone un
negozio di
Hermès,
il colosso
della moda
francese
noto
soprattutto
per gli
accessori
di lusso



Federico Bazzani
Partner di Deloitte

Rinnovare senza indebolire il marchio
Il prossimo anno sarà più evidente chi sta riconquistando la fiducia dei clienti

anno, ma non per tutti. «Nel 2027 ci aspettiamo una crescita selettiva, non una ripresa generalizzata», ha aggiunto Bazzani. «I risultati del terzo trimestre mostrano andamenti diversi tra marchi e categorie. Risultati meno deboli sono un segnale incoraggiante, ma non dimostrano ancora che la domanda sia tornata a crescere in modo strutturale». Le prospettive migliori, ha aggiunto, «riguardano ora i marchi capaci di rafforzare desiderabilità, qualità del prodotto e relazione con i clienti; anche le esperienze rappresentano un'area di opportunità. Per chi è impegnato in un riposizionamento, invece, il recupero potrebbe richiedere più stagioni. Nel 2027 - ha notato Bazzani - diventerà più evidente chi sta riconquistando la fiducia dei clienti».

Quello dell'industria del lusso, ha quindi chiesto in una nota Flavio Cereda, Investment Director Luxury Brands di Gam, ha più i contorni di un «rallentamento ciclico» che di un «declino strutturale» anche se l'interesse dei consumatori verso esperienze e viaggi è visto come «un cambiamento duraturo» che impone ai gruppi del settore di aggiornare le loro

immobiliari in Cina potrebbe continuare a pesare sulla domanda a breve termine», hanno messo in guardia gli analisti di Morningstar in un report dedicato al lusso pubblicato a ottobre. Le case concentrano il 70% del risparmio dei consumatori cinesi e se il valore degli appartamenti scivola senza sosta a lungo andare si azzera la propensione all'acquisto dei risparmiatori. Scat-

ta il cortocircuito. «Il calo dei prezzi delle case in Cina nel 2015 ha preceduto la stagnazione delle vendite globali nel settore del lusso nel 2016, ora riteniamo che questo scenario si stia ripetendo in fase di flessione più prolungata», hanno evidenziato gli analisti. Per il 2027 l'auspicio è di una ripresa del mercato immobiliare, con conseguente effetto positivo per il settore

che sconta, hanno sottolineato da Morningstar, «un forte potenziale» da «sprigionare una volta che il clima di fiducia sarà completamente migliorato, dati i consistenti risparmi accumulati».

Sull'andamento del mercato, ha sottolineato Federico Bazzani, partner di Deloitte, «pesano poi le tensioni geopolitiche, i dazi, i cambi e l'evoluzione dei flussi turistici che

possono spostare rapidamente gli acquisti da un mercato all'altro. A questi fattori esterni - ha detto - si aggiunge una variabile sotto il controllo delle imprese: rinnovare prodotto e proposta commerciale senza indebolire l'identità del marchio. Dalla capacità di farlo - ha evidenziato - dipenderà la velocità della ripresa». Un punto di svolta può arrivare già il prossimo

Dopo la trimestrale di gruppo sembra ancora lontana la ripresa di Gucci

le vendite del gruppo. In Borsa il tonfo è stato fragoroso: all'indomani dei conti, Kering ha perso il 16,5%. «Il rilancio rimane un percorso di medio termine, con discreta visibilità sui benefici della riorganizzazione e la necessità invece di segnali più chiari sul rafforzamento di Gucci reso anche più difficile dal contesto di mercato», notano gli analisti di Equita. Un'idea delle difficoltà che dovrà affrontare l'industria la dà Hermès, che detta da sempre la linea al mercato del lusso. Il gruppo francese nel terzo trimestre ha rallentato per la prima volta negli ultimi sei anni: i ricavi dei nove mesi hanno superato i 12,3 miliardi di euro (+6%), ma tra luglio e settembre il fatturato è rimasto inchiodato sugli stessi valori del trimestre precedente attestandosi poco sopra i 4 miliardi, con una frenata prolungata in Cina.

Il comportamento dei consumatori cinesi è da tempo nel mirino degli osservatori: «Il persistente calo dei prezzi

Il Fatto dopo l'annuncio dell'Opa attacca l'imprenditore: «Ha una strana idea di libera stampa»

Delfin, Del Vecchio Jr pronto alla pace

“Basta guerre fratricide, chiudo le cause”

IL CASO

SARATIRITO

A 24 ore dall'annuncio della due diligence finalizzata a un'offerta pubblica di acquisto da 7,1 milioni di euro su Società Editoriale Il Fatto (Seif), Leonardo Maria Del Vecchio spargia ancora e torna a parlare del futuro di Delfin. Il figlio del fondatore di Luxottica annuncia di aver dato mandato ai suoi legali per «chiudere tutte le cause contro i miei fratelli». Ospite di Rtl 102.5, Del Vecchio Jr ha detto: «Ho molti rimpianti, specialmente con i miei fratelli Luca e Clemente. Vorrei tornare a vivere una situazione di serenità. Basta con le guerre fratricide, ho appena chiesto ai miei avvocati di chiudere tutte le cause nei confronti dei miei fratelli».



Leonardo Maria Del Vecchio

Una mossa inaspettata che arriva poco dopo aver deciso di tentare la scalata al Fatto. Il quotidiano, ha sostenuto Del Vecchio, è un «patrimonio del giornalismo» e la sua iniziativa ha l'obiettivo di dare «solidità finanziaria al giornale per fare in modo che «resti libero».

La riuscita dell'operazione appare quasi impossibile. Per statuto, nessun socio di Seif può detenere più del 17% del capitale, e per riuscire nell'Opa l'acquirente dovrebbe raccogliere almeno l'82,9% del capi-

tale con diritto di voto nell'assemblea ordinaria. Ma i soci fondatori, che detengono all'incirca il 52% della società, hanno dichiarato di «non voler aderire a un'eventuale Opa».

Al centro di numerose inchieste della testata nelle scorse settimane, il fondatore di Lmdv Capital ha avuto con il quotidiano un rapporto di tensione, arrivando a definire i suoi redattori «ratti del giornalismo». Illustrando il progetto, spiega di guardare soprattutto ai risultati ottenuti nel tempo dall'organo di informazione. «In 17 anni - si legge in una nota -, Il Fatto Quotidiano ha costruito ciò che pochi giornali sono riusciti a costruire: una comunità di lettori fedele ed esigente e un'identità riconoscibile fondata sul giornalismo d'inchiesta e sull'indipendenza».

Ieri, in un articolo di prima pagina, il Fatto ha ripercorso

le principali inchieste sui conti e la vita pubblica di Del Vecchio Jr. Ricordando le reazioni spesso molto dirette sui social, il Fatto ha scritto che «Leonardo Maria Del Vecchio è un editore, ma ha una strana idea di come ci si relaziona con la libera stampa» in un articolo intitolato «Il Fatto parla di Del Vecchio? E lui punta a comprarselo». Nelle sue prime dichiarazioni sull'Opa, Del Vecchio Jr ha detto che non modificherebbe la linea editoriale né l'autonomia della redazione, e che confermerebbe Marco Travaglio alla direzione, stima ribadita in un'intervista su Rtl. «Il Fatto ha scritto molto di noi, anche in modo critico - si legge nella nota -. È esattamente il giornalismo che vogliamo proteggere». Intanto, ieri Seif ha chiuso in rialzo del 18,18% a Piazza Affari con picchi del +20%.

I ricavi di Prada sono cresciuti del 15% grazie al contributo di Versace

proposte allargando il perimetro del portafoglio per accentrare una clientela sempre più attenta e ricercata. Un cambiamento di rotta, ha aggiunto, che ha condizionato nel tempo anche le preferenze di chi fa gli acquisti in negozio: «Marchi come Zegna, Brunello Cucinelli e Cartier - ha evidenziato Cereda - stanno guadagnando terreno, mentre alcuni leader tradizionali incontrano difficoltà. Questo - ha detto - crea l'opportunità per una selezione attiva dei marchi».

Nei numeri del terzo trimestre c'è la conferma di questa intuizione. In un settore dove in molti combattono con ristrutturazioni e rilanci, Zegna ha archiviato i primi nove mesi del 2026 con ricavi a 1,42 miliardi (+8,9%); mentre per Brunello Cucinelli la crescita è stata superiore del 10% fino a 1,12 miliardi. Un balzo tanto vigoroso da lasciare stimare al fondatore della maison un'ulteriore crescita del 10% nel 2027.