




The new rules

Al via lunedì il 23° Milano Fashion Global Summit organizzato da Class Editori. Che vuole indagare i cambiamenti della galassia fashion@luxury, tra imprenditori globali, nuovi business model e alleanze. Tra i relatori, Remo Ruffini, Renzo Rosso, Diego Della Valle, Alfonso Dolce, Gildo Zegna, Brunello Cucinelli e il ministro del Made in Italy, Adolfo Urso

Tutto pronto per la XXIII edizione del MFGS-Milano Fashion Global Summit. Per tre giornate, da lunedì 21 fino a mercoledì 23 ottobre, l'appuntamento organizzato da Class Editori con Cnmi-Camera nazionale della moda italiana, in veste di institutional partner, torna nella città meneghina con un evento che si propone di approfondi-

re meglio tutte le sfumature dell'universo della moda e del lusso, passando in rassegna quelli che sono i main aspects che attualmente animano il settore. Dagli asset finanziari e la rinnovata geopolitica del lusso, alle case histories di realtà vincenti, le maxi-filiere e la formazione della next gen, fino a toccare le tematiche beauty e l'intelligenza artificiale. Tutti hot points,

questi, ormai fondamentali e considerati strategicamente utili per capire il business 2.0 e sviluppare tattiche e modelli imprenditoriali in grado di far fronte alle sfide del domani. Per questo motivo, la rassegna riunisce le voci dei principali dirigenti, italiani e non, imprenditori e creativi, al fine di offrire una visione a 360

continua a pag. 11

Ricavi Essilux a 6,43 miliardi (+4%), Cina in calo ma ancora positiva

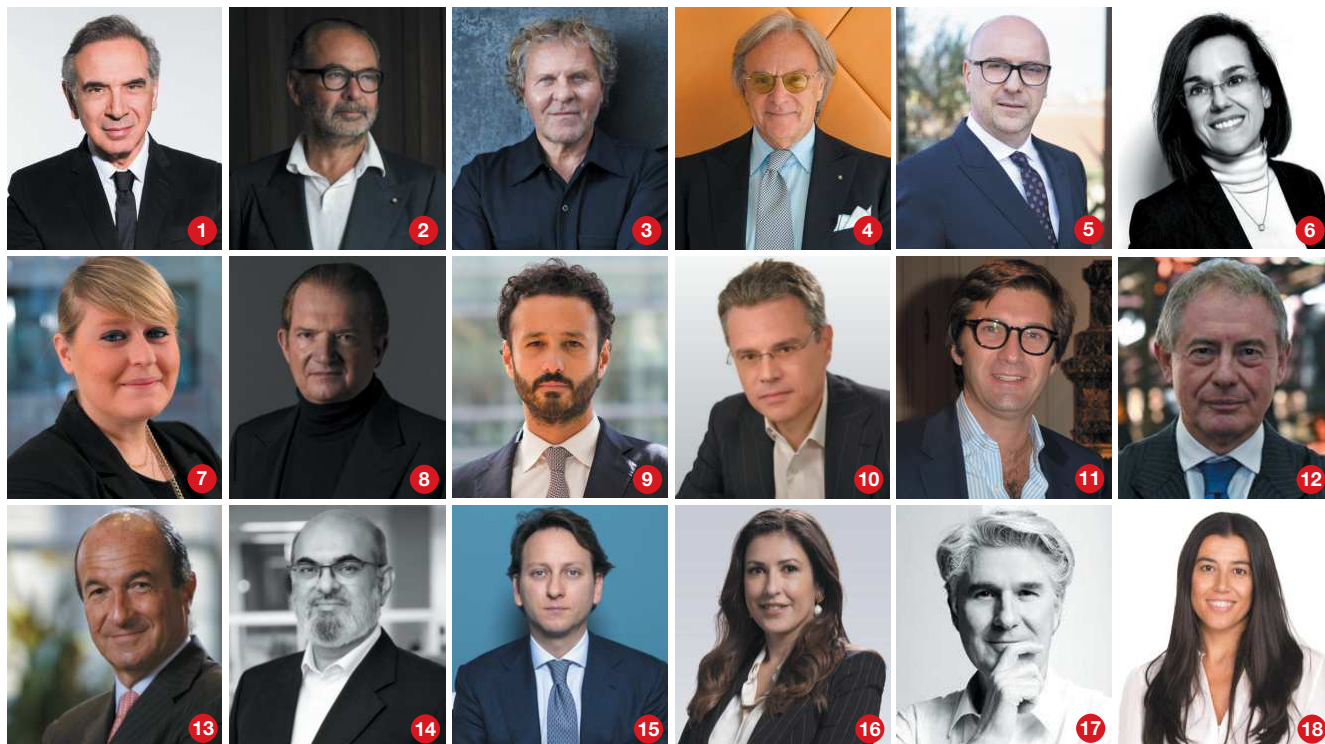
Sfiora i 20 miliardi di euro il fatturato di EssilorLuxottica nei primi nove mesi del 2024. Dall'inizio dell'esercizio il colosso dell'occhialeria ha messo a segno un incremento del 4,9%, favorito anche dalla performance positiva del terzo trimestre. L'ultimo periodo si è infatti chiuso con ricavi in miglioramento del 4% a 6,43 miliardi di euro, sebbene inferiori alle attese di circa 6,58 miliardi degli analisti. «Anche nel terzo trimestre abbiamo mantenuto una crescita solida, grazie al contributo di tutte le aree geografiche e di tutti i business, al nostro approccio innovativo e alla forte vocazione all'eccellenza», hanno

commentato **Francesco Milleri**, presidente e ad, e **Paul du Saillant**, vice ceo del gruppo eyewear italo-francese. Nel corso del terzo trimestre, infatti, l'andamento positivo in entrambi i segmenti in tutte le aree geografiche ha portato il Nord America a registrare una crescita low single digit, con il retail sole tornato positivo alla fine del trimestre, e l'area Emea a riportare un aumento mid-single digit trainata da entrambi i segmenti Professional solutions e Direct to consumer. Ancora positiva la Cina, nonostante la complessa congiuntura macroeconomica, sostenuta da **Stellest** in crescita del

40%. Il mercato asiatico ha comunque mostrato segnali di rallentamento, con la regione Asia-Pacifico in aumento solo del 5% a cambi costanti nel trimestre contro il +9,8% del secondo trimestre 2024. La società guarda al quarto trimestre «con fiducia» e conferma gli obiettivi a lungo termine di crescita del fatturato annuo mid-single digit dal 2022 al 2026 a cambi costanti, puntando a un range di 27-28 miliardi di euro. Si prevede inoltre di raggiungere un utile operativo adjusted compreso tra il 19% e il 20% del fatturato alla fine di tale periodo. (riproduzione riservata)

Milano Fashion Global Summit ecco tutti i protagonisti in scena

Da Remo Ruffini di Moncler a Renzo Rosso di Otb, da Diego Della Valle di Tod's a Gildo Zegna e Brunello Cucinelli, passando per i creativi di Ferrari e Etro, fino al nuovo direttore artistico di Alberta Ferretti, tutti gli speaker del 2024



continua a pag. II

gradi del contesto attuale, esplorando sia i diversi aspetti che oggi sono il motore pulsante del cambiamento, sia gli argomenti legati alla sostenibilità ambientale e all'uso etico della tecnologia nei processi di produzione. La prima giornata dal titolo «The new rules - Top players» avrà il compito di scattare una fotografia precisa circa la finance situation del fashion&luxury, ma anche di evidenziare le challenges e i territori che i professionisti del segmento devono affrontare ed esplorare per riuscire a distinguersi. Ad aprire i lavori nel pomeriggio del primo giorno saranno i consueti saluti istituzionali di **Class Editori** e l'overview di settore del presidente di **Cnmi**, **Carlo Capasa**. Subito dopo in collegamento dalla Cina, il microfono passerà a **Remo Ruffini**, presidente e amministratore delegato **Moncler**, che condividerà quelli che saranno i prossimi passi della griffe: dalla chiusura dei lavori alla **Shanghai fashion week** con il progetto **Genius**, alla liaison con il numero uno di **Lvmh**, **Bernard Arnault**. Se a stretto giro seguirà la testimonianza del fondatore e presidente del gruppo **Otb**, **Renzo Rosso**, a mettere in highlight con un panel ad hoc l'importanza dell'artigianato sarà **Diego Della Valle**, presidente di **Tod's**, che con il suo inter-

vento condividerà le sue riflessioni e la sua visione circa il savoir-faire e l'heritage della moda moderna. Direttamente dalla casa patinata di **Dolce&Gabbana**, l'ad **Alfonso Dolce** avrà invece il compito di introdurre quelli che sono i nuovi mercati, le nuove sfide e le nuove opportunità da tenere in considerazione per il benessere di un marchio icona del tricolore, mentre

ded lifestyle per **JP Morgan Emea**, **Marco Voci**, e dal managing director, head of global luxury and fashion investment banking, **Citi Emea** consumer and retail **Bcma**, **Roberto Costa**. A chiudere i lavori del day one sarà infine la testimonianza di **Filippo Cavalli**, che in veste di consigliere delegato di **Autry international** illustrerà l'evoluzione della firma di snea-

di imprenditori del Paese dello stilista, esaminata attraverso diverse riflessioni che toccheranno molteplici focus. In questo panorama, ad aprire i lavori sarà **Adolfo Urso**, titolare del ministero delle imprese e del Made in Italy che avrà l'onore e l'onore di delineare quello che ad oggi è la connessione tra le Istituzioni e le eccellenze del territorio. Oltre alla panoramica

di spingere il business. A questo proposito a raccontare nel dettaglio come creare un nuovo polo tra talento e innovazione sarà **Alsara** con il suo ceo **Shahzad Akhtar**. La holding fondata da **Rachid Mohamed Rachid** (ceo di **Mayhoola for investments**, maggiore azionista di **Valentino** e proprietario di **Balmain**), ha visto da poco il debutto del suo marchio di ready to wear Made in Italy **Retori** guidato da **Salma Rachid** e ha altresì scommesso sull'altra realtà in portfolio **Akoni**, gruppo svizzero di occhiali made in Japan. Tornando al programma del convegno, a fornire un punto di vista strategico circa il cambiamento della città di Milano e il rimpatrio dei brand saranno rispettivamente **Mario Abbadesse** di **Hines Italy** e **Flavio Sciuccati**, senior partner di **Tea-The european house Ambrosetti**. All'insegna dell'imprenditoria femminile, al summit non mancherà la testimonianza di due portabandiera della managerialità rosa; saranno infatti **Roberta Benaglia**, ceo di **Style Capital**, e **Ninell Sobiecka**, ad del colosso cosmetico **L'Oréal**, a tracciare l'una il perimetro della finanza nel fashion system, l'altra a vagliare il valore del beauty, categoria quest'ultima che negli ultimi anni ha visto il suo potere commerciale aumentare esponenzialmente grazie anche ai gusti e alle preferenze del target della



Milano Fashion Global Summit

dopo di lui a fornire un'istantanea economica saranno ben due tavole rotonde. L'una animata dai keynote speakers **Chiara Rotelli**, di **Mediobanca** e **Francesca Diviccaro** di **Intesa Sanpaolo**, l'altra dal ceo di **Quadrivio**, **Alessandro Binello**, dall'head of luxury and brand-

kers con il conseguente consolidamento della sua rete retail, tra America e Asia. «The new rules - Il made in Italy e le sfide della filiera» è invece il titolo della seconda giornata, dove protagonista sarà proprio l'inventiva e l'esperienza sul campo di manager internazionali e

sulla geopolitica del lusso spiegata dal luxury strategic advisor and board member, **Michèle Norsa**, durante la mattinata del 22 ottobre saranno molti gli argomenti che si toccheranno e che premeranno sulle soluzioni ingegnose per la filiera o sugli investimenti win-win in grado



Gen Z. Start-up italiane e opportunità di filiera saranno invece le materie affrontate negli ultimi talks della prima parte del day 2, dove nel primo caso a prendere la parola in un dialogo a due voci saranno **Jacopo Sebastio** ed **Enrico Casati** di **Velasca**, nel secondo invece toccherà al numero uno del gruppo **Florence**, **Attila Kiss** e al presidente di **Minerva Hub**, **Matteo Marzotto**, dare il loro point of view circa l'argomento della round table. A scaldare i motori e ad iniziare il pomeriggio con sprint ci penserà il designer di **Ferrari**, **Rocco Iannone**, che darà forma al mito del cavallino facendo un pit stop tra collezioni, passerelle e macchine rombanti. Lo stilista della scuderia tuttavia non sarà la sola guida allo stile presente all'appello. Infatti, testimonianze d'eccezione sarà quella del neo direttore creativo di **Alberta Ferretti**, **Lorenzo Serafini**, mentre ad abbattere i confini dell'arte e parlare di quelle che sono le nuove frontiere della creatività sarà **Marco De Vincenzo** di **Etro**. Dopo gli speeches di **Stefania Lazzaroni** di **Altagama** e di **Alexandre Boquel**, direttore dei **Maestri d'ecceellenza Lvmh**, si susseguiranno talks che esploreranno gli altri mestieri della moda, tra sostenibilità e digital product passport, con relatori di spicco quali **Sebastian Suhl**, di **Mosaiq Group**, **Davide Aicardi**, di **Al-**

Dal fashion all'Ai, tutti i partner del MFGS 2024

La moda torna ad essere protagonista nella cornice d'eccezione del **MFGS-Milano Fashion global summit**, in partenza lunedì 21 ottobre presso Torre Velasca (in foto, la lobby). La kermesse, che vedrà la partecipazione di una rosa di top manager e imprenditori di successo, durante le tre giornate avrà l'obiettivo di delineare quelli che saranno i prossimi scenari del settore fashion&luxury, passando in rassegna i cambiamenti di leadership, ma anche le nuove sfide della filiera, tra lifestyle e Ai. Oltre al consueto intervento di apertura di **Carlo Capasa**, presidente di **Cnmi-Camera nazionale della moda italiana**, istituzionale partner dell'evento, a scattare una fotografia dell'asset della finanza saranno **Intesa Sanpaolo**, **Quadrivio e Hines**, mentre a sottolinearne il legame con la creatività nel fashion system sarà **Style Capital**. Sarà invece compito di **Autry** e del daily sponsor del day



tofare, **Giuseppe Del Prete**, di **Tlc**, **Diego Caldognetto**, di **Fashion words**, **Michele Casucci** di **Certilogo** e **Nicolas Bargi** di **Save the duck**. Ad esplorare il territorio del lifestyle secondo un'ottica 2.0 sarà l'ultima giornata della kermesse, dove moda, design, Ai e cultura online saranno gli attori principali. A dare lo start sarà uno dei top names del fashion **Gildo Zegna**, presidente e ad del gruppo **Ermenegildo Zegna**, seguito da

Corrado Brondi, founder di **Give back beauty** e **Federica Levato** di **Bain & Company**. Mentre **Brunello Cucinelli** si soffermerà su come l'autenticità italiana seduce la Cina, agli interventi del day 3 non mancheranno le idee e le riflessioni condivise da **Livio Proli** di **Missoni** (partecipato da **Fsi di Tamagnini**), da **Luca Tonello**, ceo **Deda stealth** e di **Zedonk Ltd**, da **Giulia Molteni** del gruppo **Molteni**. A chiudere il cerchio

2 **Alsara** chiarire, grazie alle testimonianze dei loro speaker, come la costruzione di un business vincente sia anche frutto di intuito e maestria. Alla rassegna poi non mancheranno tavole rotonde dedicate agli altri mestieri della moda, alcune delle quali vedranno le realtà **Mosaiq**, **Altofare** e **Tlc** mettere sotto la lente di ingrandimento le loro visioni e il loro contributo nel segmento abbigliamento. Oltre all'approfondimento di **Certilogo** circa l'importanza del digital product passport, a trattare il tema hightech e l'uso dei nuovi tools tecnologici saranno **Fashion Words** e **Dedagroup**, daily sponsor della terza giornata, che grazie a due talks aventi come focus l'intelligenza artificiale, chiariranno le innumerevoli applicazioni dell'Ai e i suoi benefici ottenuti seguendo una giusta e regolamentata politica di uso e consumo. (riproduzione riservata)

Camilla Bordoni

e a scrivere il the end della rassegna ci penseranno **Massimo Bonini**, **Riccardo Grassi** e **Beppe Angiolini**, presidente onorario **Camera buyer Italia**. Tutti gli interventi del **Mfgs-Milano fashion global summit** saranno visibili su **Class Cnbc** (canale 507 di **Sky**), su **Cnbc Tv Moda**, in streaming su **lffashion.com** e in diretta **LinkedIn** su **MF Fashion**. (riproduzione riservata)

Camilla Bordoni

Nelle foto: **Carlo Capasa** (1), **Remo Ruffini** (2), **Renzo Rosso** (3), **Diego Della Valle** (4), **Alfonso Dolce** (5), **Chiara Rotelli** (6), **Francesca Diviccaro** (7), **Alessandro Binello** (8), **Marco Voci** (9), **Roberto Costa** (10), **Filippo Cavalli** (11), **Adolfo Urso** (12), **Michele Norsa** (13), **Shahzad Akhtar** (14), **Mario Abbadessa** (15), **Ninell Sobiecka** (16), **Flavio Sciuccati** (17), **Roberta Benaglia** (18), **Jacopo Sebastio** (19), **Enrico Casati** (20), **Attila Kiss** (21), **Matteo Marzotto** (22), **Rocco Iannone** (23), **Stefania Lazzaroni** (24), **Alexandre Boquel** (25), **Marco De Vincenzo** (26), **Sebastian Suhl** (27), **Davide Aicardi** (28), **Giuseppe Del Prete** (29), **Diego Caldognetto** (30), **Michele Casucci** (31), **Nicolas Bargi** (32), **Lorenzo Serafini** (33), **Gildo Zegna** (34), **Corrado Brondi** (35), **Federica Levato** (36), **Brunello Cucinelli** (37), **Livio Proli** (38), **Luca Tonello** (39), **Giulia Molteni** (40), **Massimo Bonini** (41), **Riccardo Grassi** (42), **Beppe Angiolini** (43)