

Finanza

Il gruppo Zegna in corsa nei nove mesi (+20,8%)

I prossimi obiettivi di crescita saranno svelati al Capital markets day di dicembre a Wall Street, dove il titolo è cresciuto del 18% dall'inizio dell'anno. **Martina Ferraro**

Il gruppo **Ermenegildo Zegna** corre nei nove mesi. La holding proprietaria dei marchi **Zegna** e **Thom Browne** e licenziataria della linea moda di **Tom Ford** ha archiviato il periodo con un fatturato di 1,33 miliardi di euro, +22,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Nel solo terzo trimestre ha raggiunto ricavi per 431 milioni (+20,8%). «I risultati continuano a dimostrare la forza dei nostri marchi e il successo della strategia», ha commentato **Gildo Zegna**, presidente e ceo del gruppo. «Sono lieto che stiamo ottenendo buoni risultati in un insieme diversificato di Paesi, poiché l'equilibrio dato dal nostro mix geografico fornisce resilienza in un ambiente altamente dinamico», ha precisato. Osservando da vicino le performance delle geografie, risulta che l'Emea è salita del 25,8%, raggiungendo vendite per 475 milioni. Nei nove mesi del 2023, i ricavi in Nord America hanno toccato quota 285 milioni, +32,6%. Bene anche l'Apac, con fatturato a 547 milioni (+20,9%). La Greater China da sola



Una campagna del brand Zegna

ha ottenuto un business di 419 milioni, a +20,6%. In particolare è stata notevole la crescita del Giappone nel terzo trimestre, dove i ricavi del gruppo hanno raggiunto i 19 milioni di euro, in corsa del 44,8%. Il Paese ha beneficiato della riconversione di 17 negozi in Corea del sud dopo l'acquisizione dell'attività Thom Browne. Il

17 maggio 2022, in occasione del suo primo **Capital markets day**, il gruppo Zegna ha annunciato i suoi obiettivi finanziari a medio termine, che il management definisce come la fine dell'anno fiscale 2025. Entro questo lasso di tempo, la società punta a ricavi annuali superiori a 2 miliardi e che il margine ebit rettificato raggiunga almeno il 15%, escludendo il segmento **Tom Ford fashion**. I risultati ottenuti nel terzo trimestre del 2023 confermano che la società rimane su questa traiettoria. Il prossimo **Capital markets day** si terrà a dicembre alla Borsa di New York. «Il gruppo attende con impazienza il nostro secondo **Capital markets day** questo dicembre al **Nyse**, dove presenteremo i nostri obiettivi finanziari aggiornati, compresi quelli per il business della moda», ha proseguito **Gildo Zegna**. L'ottimo periodo, nonostante le contingenze geopolitiche, si riflette anche nella performance sui mercati. L'azienda, quotata al **Nyse** dal dicembre 2021, ha visto infatti il titolo crescere di quasi il 18% sul listino da inizio anno. (riproduzione riservata)

Bilanci

Per Hermès ricavi oltre i dieci miliardi di euro

Chiudono a +22% con un fatturato di 10,6 miliardi di euro i nove mesi di **Hermès**. La maison francese ha riportato nel terzo trimestre ricavi a 3,3 miliardi di euro, in crescita del 16% rispetto al 2022 (vedere articolo a pagina VI), grazie a una performance particolarmente solida nel mercato asiatico e che ha battuto le stime degli analisti. L'azienda quotata a Parigi ha registrato un tasso di crescita e un andamento dinamico in tutte le aree geografiche e in tutte le linee di business. Tutti i mercati, nel periodo conclusosi a settembre 2023, hanno riportato una performance positiva in corsa double digit, con il Giappone in testa con ricavi a +25%. Prosegue lo slancio dell'Asia che ha riportato un fatturato in crescita del 21%, e delle Americhe che hanno continuato a progredire nel terzo trimestre (+20%). Andamento positivo anche per l'Europa con vendite a +20%. Nel periodo tutte le linee di business hanno confermato un forte slancio ma la pelletteria e la selleria restano il core business con un +19%. Il prêt-à-porter (nella foto, un look) e accessori ha registrato una forte crescita pari al 29%. Grazie anche all'espansione del sito Pierre-Bénite a Lione, il segmento seta e tessile è cresciuto del 17%. La linea di business orologi ha riportato invece un fatturato a +24%, mentre profumi e dal make-up sono cresciuti dell'8%. (riproduzione riservata)



Michela Frau

Iniziative

Campus svela la Guida alle professioni creative 2024

Presentato ieri a Fashion graduate Italia il volume di 132 pagine con tutti i corsi post diploma delle 150 accademie di creatività e moda con le professioni più diffuse nel settore. **Paola Gervasio**

È stata presentata ieri in occasione di **Fashion graduate Italia**, la prima **Guida alle professioni creative 2024**, realizzata da **Campus** in collaborazione con la **Piattaforma sistema formativo moda**. «Vivendo nel tempo dell'intelligenza artificiale, ci sembra opportuno parlare dell'intelligenza artigianale», ha così esordito nel corso della presentazione **Domenico Ioppolo**, amministratore delegato di **Campus**. «Da qui è nata l'idea di lanciare questa guida. Da decenni, infatti, cerchiamo di aiutare i ragazzi a prendere le decisioni, le migliori possibili, abitando in una nazione che ha nella creatività il suo asset fondamentale. Oltre al **Salone dello studente**, che organizziamo da anni, con questa guida abbiamo deciso di fornire degli ulteriori strumenti di orientamento perché nel prossimo futuro non ci sarà un lavoro che non abbia a che fare con la creatività. E la creatività si impara, come la matematica, solo in rarissime eccezioni è un dono». La guida si compone di una parte di informazione e servizio e una di approfondimento per un totale di 132 pagine. La prima parte contiene gli indirizzi e gli identikit delle 150 accademie post-diploma individuate da **Campus**, l'illustrazio-



La guida di Campus

ne di tutti i corsi e di tutti gli ambiti disciplinari, la descrizione delle 70 professioni creative più diffuse, i distretti industriali dove trovare lavoro, i 20 enti regionali per il diritto allo studio per l'accesso a residenze, mense, strutture convenzionate e concorsi a borse di studio, i luoghi e le iniziative da frequentare per trovare ispirazione e comprendere che cosa si vuol fare da grandi. La seconda offre i consigli di orientamento e informazione di alcuni fra i maggiori protagonisti italiani del settore: da **Ercolo Botto Paola**, presidente di **Confindustria moda** ad **Alberto Cavalli**, direttore di **Fondazione Cologni mestieri**

d'arte Milano, sino a **Matteo Secoli**, presidente di **Piattaforma sistema formativo moda**, che di **Fashion graduate Italia** è organizzatore e mentore. Distribuita gratuitamente, la guida è disponibile in formato cartaceo a tutti i Saloni dello studente, al **Fashion graduate Italia** e al **Milano fashion global summit 2023**. Verrà anche inviata in pdf a tutte le scuole secondarie di secondo grado, agli uffici scolastici regionali, agli **Informagiovani** e a tutte le biblioteche e gli istituti che lo richiederanno. E sarà scaricabile da www.salonedellostudente.it e www.milano-finanza.it (riproduzione riservata)

Appuntamenti

S.S. DALEY SARÀ GUEST DESIGNER DI PITTI UOMO

Il brand british si aggiunge a Magliano nella rosa degli ospiti che sfileranno alla kermesse fiorentina di gennaio

Steven Stokey-Daley, founder e direttore creativo del brand **S.S. Daley**, sarà guest designer di **Pitti uomo 105** al via a Firenze dal 9 al 12 gennaio 2024. Non ancora trentenne, ma già apprezzato a livello internazionale, il designer di Liverpool svelerà la sua collezione Made in Britain attraverso una sfilata-evento nello stile che lo caratterizza. Lo ha reso noto ieri l'organo fieristico, che due settimane fa aveva annunciato il primo guest designer **Magliano**. «Steven Stokey-Daley trasforma l'upper class britannica in una fantasia di moda queer», ha spiegato **Francesca Tacconi**, special events coordinator di **Pitti imagine**. «Invitarlo a Firenze significa dedicargli un'avventura da condividere con la platea internazionale di Pitti uomo, per mettere in scena la sua narrazione e proiettarla al futuro». Già vincitore dell'**Lvmh young fashion designer award** nel 2022, Stokey-Daley ha già sperimentato il successo nel vestire la popstar globale **Harry Styles**, ma anche le difficoltà legate all'avere un brand indipendente. Infatti, lo stilista, che finora ha mostrato le sue collezioni alla **London fashion week**, l'ultima stagione si era trovato costretto ad annullare la sua sfilata per mancanza di fondi. «È un onore per me avere questa opportunità, che mi consente di portare il manifesto del mio moderno storytelling britannico a Pitti uomo, epicentro del menswear design», ha detto della partnership **Steven Stokey-Daley**. (riproduzione riservata)



Steven Stokey-Daley

Giada Cardo