

Strategie

# Alfonso Dolce (Dolce&Gabbana): «Non escludiamo la quotazione»

«Valutiamo un nuovo ciclo di 40 anni che possa essere scritto diversamente dai primi, ma in continuità con i valori etici dell'azienda e dei fondatori», ha spiegato il ceo della maison. In crescita il beauty, che ha raggiunto un valore retail di 1,3 miliardi e il real estate. «La collaborazione tra pubblico e privato è determinante per l'export made in Italy». **Alice Merli**

**D**olce&Gabbana non esclude un futuro in Borsa, forte dei nuovi investimenti nei comparti del beauty e del real estate. «Siamo prossimi ai 40 anni, la scelta fino a ora è stata quella dell'autofinanziamento e dell'indipendenza per creare quattro macro asset all'interno del brand. La moda, il beauty con fragranze, make-up e skincare, la casa che abbraccia il furniture, il complemento d'arredo e il contract-hospitality e infine il mondo del gioiello e dell'orologio. Da sempre abbiamo investito in maniera strategica sul format monobrand, chiudendo dal 2012 la label D&G per dare massimo slancio alla nostra piramide del lusso italiano, inteso come il piacere del bello e del fatto a mano a 360°. In una logica di cooperazione e maggiore inclusività, oggi potremmo pensare che si può fare diversamente e meglio in una nuova fase», ha commentato **Alfonso Dolce**, ceo della maison fondata da **Domenico Dolce** e **Stefano Gabbana**, durante la terza giornata del **MFGS-Milano fashion global summit 2023**. «Può essere un modo per pensare a un passaggio generazionale, che non è quello degli azionisti ma della responsabilità etica che un imprenditore e l'azienda hanno normalmente. Sia-

mo pronti a valutare un nuovo ciclo di 40 anni che possa essere scritto diversamente dai primi, ma pienamente in continuità con i valori etici dell'azienda e dei fondatori». Il manager ha poi commentato le previsioni per il 2023: «Oggi è difficile fare delle proiezioni di business date le difficoltà dello scenario internazionale. In più terminiamo l'esercizio fiscale il 31 marzo, abbiamo una prospettiva di incertezza maggiore rispetto a chi chiude a fine anno». Quanto ai progetti futuri, i riflettori sono accesi su beauty e real estate. «L'internalizzazione del beauty è stato un grande successo, a 30 anni di storia dal varo del primo profumo nel 1992. Ciò ha permesso una vera riscoperta dell'italianità, ridando alla Dolce&Gabbana anche opportunità di occupazione, creando posti di lavoro soprattutto in Lombardia e su tutta la filiera». Come ha sottolineato **Alfonso Dolce**, il consolidamento potrà portare a un incremento del fatturato, partendo dalla dimensione già importante che ha raggiunto il beauty a livello retail, con un valore di circa 1,2-1,3 miliardi di euro. «Il real estate ci ha invece fatto capire quanto il brand sia percepito a livello globale. I due progetti già presentati ufficialmente sono in Spagna a Marbella e ne-



Alfonso Dolce al Milano fashion global summit 2023

gli Stati Uniti a Miami. Il prossimo di hospitality sarà alle Maldive. Insieme stanno portando a un'altra dimensione lifestyle di Dolce&Gabbana, non è più il vestire una persona ma un ambiente, vissuto insieme ai valori del marchio». Durante il panel si è discusso anche dell'impegno del governo nei confronti del comparto moda. «L'industry del fashion e del design ha avuto meno appoggio a livello di integrazione di sistema Paese, oggi c'è un'attenzione maggiore, più lifestyle, che include il food & beverage, l'hospitality, il design e la moda. Ma c'è anco-

ra tanto lavoro da fare. Manca proprio l'integrazione a livello di infrastrutture che possono ridare vita, voce e calore umano al distretto e alla sua competenza per rievocare quel sapere fare che oggi abbiamo un po' perso», ha proseguito il ceo, spiegando che l'impulso arriva dalle nuove generazioni attraverso l'approccio alle tecnologie, con la conseguente creazione di un nuovo aspetto di craftsmanship. «La cooperazione tra pubblico e privato diventa fondamentale per poter andare oltre i confini nazionali per esportare la cultura del bello e del ben fatto. Questo è il punto focale

che necessita di cambiamento, con un'attenzione in più da parte delle amministrazioni dell'Italia che devono dare più certezza e più continuità al modo di lavorare attraverso le normative. Non possiamo ogni giorno rincorrere un adeguamento aziendale per seguire i mercati. Per fare un esempio, se un'azienda vuole crescere sul fronte tecnologico, gli investimenti potrebbero essere fatti con prestiti e finanziamenti a costo zero perché di fatto si va a produrre posti di lavoro e ad aumentare il Pil dell'Italia», ha concluso. (riproduzione riservata)

segue da pag. 1

quinta edizione. «Realtà come il **Gruppo Florence** guidato da **Attila Kiss**, arrivato a 28 acquisizioni, o gli investimenti di **Zegna** e **Prada** in realtà come **Fedeli**, dimostrano un fermento necessario per il futuro del Made in Italy», ha proseguito. La possibilità che la moda italiana, nei prossimi decenni, non sia drenata verso il controllo estero, dipenderà dalla capacità dei singoli poli tricolori di raggiungere una scala che li renda meno contenibili. I fatturati dei gruppi quotati, con l'eccezione di **Essilux** e **Prada** (a 4 miliardi) restano infatti compresi tra uno e 3 miliardi di euro, come evidenziato dai nuovi indici **MFF luxury stock index** e **MFF Italian billion club**, costruiti in collaborazione con la banca dati della **Milano Finanza intelligence unit** (vedere **MFF** del 20 ottobre). **MF Fashion** ha analizzato i numeri di oltre 70 società quotate del lusso mondiale e lancia ora un nuovo benchmark per il settore. **Lvmh**, **L'Oréal** ed **Hermès** sommano insieme quasi 1.000 miliardi di euro di capitalizzazione, al riparo dalla competizione italiana. Mentre, fuori dai listini sveltano **Armani**, **Oth group** e **Dolce&Gabbana**. Altro pilastro per il futuro del Made in Italy sarà la formazione. «I marchi oggi cercano professionalità e progettualità,

In cover: Alfonso Dolce (1), Matteo Lunelli (2), Stefano Beraldo (3), Giulio Cappellini (4), Flavio Sciuccati (5), Jacopo Schettini Gherardini (6), Lorenzo Boglione (7), Stephan Winkelmann (8), Alberto Galassi (9), Roberto Gavazzi (10), Maria Porro (11), Jérôme Favier (12), Giuseppe del Prete (13) e Anna De Vendictis (14)

## Carlo Capasa: «La manovra del governo Meloni sta trascurando l'industria fashion»

«La manovra 2024 del governo **Meloni** ha margini molto risicati, è tutta centrata sul risparmio dei costi e sul sostegno ai redditi più bassi con il taglio del cuneo fiscale, per di più operato in deficit. Per la moda non ci sono provvedimenti, tanto meno aiuti all'industria», spiega **Carlo Capasa** presidente di **Cnmi-Camera nazionale della moda italiana**. «Sebbene le nostre richieste avessero raccolto l'interesse del ministro del Made in Italy, **Adolfo Urso**». Ma lo stesso ministro aveva messo le mani avanti con il rappresentante degli industriali della moda: «Speriamo che resistano ai tagli della manovra». Così non è stato. Ma Capasa non demorde e per questo ha avviato un'azione di pressione nei confronti del Parlamento. (riproduzione riservata)

**Tommaso Palazzi**



Cnmi chiede 500 milioni dal Pnrr  
Apagina 4 di MF



**Paolo Panerai**

viceversa le giovani generazioni puntano a ottenere un maggiore equilibrio tra carriera e vita privata», spiega **Anna De Vendictis** di **Naba**. Fondata nel 1980, Naba è la più grande accademia di belle arti in Italia ed è riconosciuta dal Miur, ovvero i diplomi sono legalmente parificati a quelli universitari. Offren-

do dei percorsi formativi di primo e secondo livello declinati su più aree di studio, dal fashion, design, arti multimediali, visual arts, set design fino a grafica e comunicazione, vanta oggi una popolazione di oltre 5 mila studenti provenienti dall'Italia e da oltre 90 Paesi nel mondo. Forse non è un caso, che nello

stesso giorno di chiusura del **MFGS 2023**, **Carlo Capasa** di **Cnmi** abbia scelto di lanciare un messaggio di allarme al governo di **Giorgia Meloni** per chiedere risorse del **Pnrr** (vedere box in pagina e articolo a pagina 4 di MF). (riproduzione riservata)

**Tommaso Palazzi**