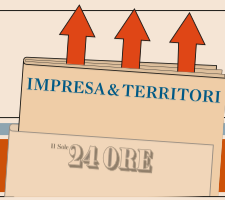


STILI&TENDENZE



In breve

**COBRANDING**  
Moncler e New Era firmano i cappelli



Moncler sceglie New Era, fornitore ufficiale dei cappellini della Mlb (Major league di baseball) e della Nfl (National football association) per una personalizzazione del "cap" usato dai giocatori e adottato dai cantanti hip hop di tutto il mondo. Il cap + disponibile in tre colori nei negozi Moncler (anche online) e New Era.

**LICENZE**  
Marcolin rinnova con Montblanc

Marcolin e Montblanc hanno rinnovato in anticipo rispetto alla scadenza (2016) la licenza per design, produzione e distribuzione mondiale di montature da vista e occhiali da sole. La licenza durerà fino al 2018.

**MODA 24**

**MAISON**  
La storia di Chanel in mostra a Londra

È stata inaugurata ieri, alla Saatchi Gallery di Londra, la mostra "Mademoiselle Coco", curata da Karl Lagerfeld, che ha ripercorso la storia creativa della maison con fotografie, abiti e gioielli. Una app rende la visita alla mostra ancora più speciale.

www.moda24.ilsule24ore.com

INTERVISTA | Pier Luigi Loro Piana | Vicepresidente

# «Il nostro metodo sta rivoluzionando la filiera in Cina»

A Shanghai premiati gli allevatori di cashmere

Rita Fatiguso  
SHANGHAI. Dal nostro inviato

Pier Luigi Loro Piana conserva intatta la passione per il suo lavoro di ricerca del cashmere perfetto, quello sotto i 14 micron. «Una sfida partita in Cina, nel 2009 - spiega a Milano - Unica Shanghai l'imprenditore, che dopo l'acquisizione da parte di Lvmh deputy chairman dell'azienda - con un progetto di ricerca focalizzato sull'area di Alashan (Inner Mongolia) che ha prodotto il primo lotto da 100 chilogrammi di cashmere dopo un ciclo operativo di ben tre anni. Ieri la consegna del premio agli allevatori più bravi nell'utilizzo del metodo Loro Piana.

**Una fatica enorme. Cosa l'ha spinto a insistere in questo sforzo e a farne la punta di diamante del vostro cruciale mercato cinese?**

La Cina è un Paese in cui ci vuole tempo per fare le cose. Non solo, devi resistere. La svolta sul metodo Loro Piana è stata possibile grazie a un accordo tra le università di Jilin e di Camerino e l'Enea, concentrata su come si poteva avere un tipo di cashmere che ci distinguesse dagli altri.

**Il cashmere a quel punto stava diventando una commodity come le altre.**

Infatti. Ci trovavamo di fronte a una continua discesa di prezzi e di qualità, qualcosa davvero inammissibile per la nostra azienda che ha fatto della qualità una vera e propria bandiera.

**Cosa è successo, dopo?**  
Quella ricerca congiunta tra Cina e Italia è capitata a puntino. È diventato un metodo di lavoro. Non è possibile tollerare una politica che porta a produrre di più a minor prezzo. Quello che si incassa



Al vertice. Pier Luigi Loro Piana

oggi si perde nel tempo e la perdita riguarda la qualità. Con un prodotto migliore, più costoso, possiamo invece - come sempre ha fatto la nostra azienda - guadagnare quote di mercato e recuperare nel tempo anche maggiori utili.

**Questo è un problema del vecchio modello economico al quale la Cina sta cercando di ovviare, tra mille difficoltà.**

Per mantenere alta la qualità Loro Piana bisogna che chi opera nei luoghi di produzione capisce cosa si richiede a valle, cioè noi, che ci occupiamo dell'intera filiera. Bisognava aiutare queste persone dedite alla cura delle capre da cashmere a diventare, da pastori, allevatori. Lunghissimi di lavoro per noi, condivisi e di piano ci hanno seguiti. Anche le autorità del posto hanno colto le opportunità di cambiamento.

**Loro Piana ha fatto un simile esperimento in Perù con la vicuña.**

Esatto. Nel presupposto che il cashmere non deve essere solo e soltanto una commodity, è necessario creare un rapporto con il territorio: abbiamo puntato alla zona di Alashan che era quella del nostro approvvigionamento di elezione in Cina, dove siamo presenti da metà degli anni 80. Dal 1990 il nostro laboratorio è a Pechino. È lì che si sottopongono a controlli i campioni, e si verifica la bontà del prodotto.

**Per la Cina questo metodo è davvero rivoluzionario, appassionare le nuove generazioni al settore primario cozza con la necessità di favorire l'urbanizzazione tanto sbandierata dai vertici di Pechino.**

Questi allevatori rappresentano una ricchezza da tutelare. Vogliamo che i loro figli vengano da noi, a trovarsi in azienda, che questa realtà di allevamento spezzettata - diversa dalla situazione australiana in cui c'è un allevatore per migliaia di pecore - possa essere condotta più razionalmente per effetto dell'ottimizzazione della programmazione e della produzione. Ci abbiamo messo un decennio a convincere i pastori a separare il vello delle caprette da quello delle capre adulte.

**I quattro allevatori dell'Inner Mongolia che avete appena premiato faranno scuola?**

Direi di sì. Sono sicuro che partirà una sorta di tam tam tra loro che innescherà un processo virtuoso. I premiati sono stati scelti su decine di candidati, ma appena il metodo diventerà più diffuso sarà un successo anche per il territorio e l'ambiente.

## Contante. Miani (Monte Napoleone): positiva l'apertura di Renzi Nel lusso in gioco 2 miliardi

Giulia Crivelli

«Siamo consapevoli che si tratta solo di una proposta, ma è la prima volta dall'introduzione del limite di mille euro, nel 2011, che il tema torna al centro dei progetti del Governo e questo è un segnale importante». Guglielmo Miani commenta così le parole di Matteo Renzi (si veda anche l'articolo a pagina 4) sull'innalzamento dell'uso di contanti a 3 mila euro. Miani è presidente dell'Associazione Monte Napoleone, che rappresenta 130 marchi e aziende con attività commerciali "di lusso" nel quadrilatero della moda di Milano, alle quali è riconducibile oltre il 10% del Pil della città.

«Abbiamo sempre espresso il nostro dissenso per il Decreto legge del 2011 e oggi possiamo quantificarne gli effetti: l'Associazione stima una perdita di circa 2 miliardi di giro d'affari all'anno solo per quanto riguarda la clientela italiana. Non è un

problema soltanto per i nostri associati, che, comunque, val la pena ricordare, sono volani economici grazie ai negozi ma anche con gli investimenti produttivi e distributivi che hanno in tutta Italia - spiega Miani - I mancati incassi si traducono, in tre anni, in mancati versamenti di Iva per circa 1,7 miliardi: un bel danno per lo Stato». Le cifre sarebbero in realtà persino più

alte: è difficile infatti quantificare il danno del limite a mille euro sugli acquisti degli stranieri, che negli ultimi tre anni hanno preferito Germania e Svizzera a Milano, anche perché oltre all'impossibilità di usare banconote agli stranieri vengono chiesti molti dati da inviare all'Agenzia delle Entrate. Una sorta di "schedatura" unica nella Ue.

Proprio l'esempio tedesco sarebbe quello da seguire, secondo Miani: «Proprio che non c'è alcun limite all'utilizzo dei contanti, né per gli italiani né per gli stranieri. Gli acquisti fatti nei negozi del Quadrilatero possono arrivare a centinaia di migliaia di euro, nel caso ad esempio di gioielli e orologi o di pellicce. Tutte transazioni, ricordiamolo sempre, fatte con regolare scontrino o fattura: non è certo in via Monte Napoleone che si effettuano acquisti in nero, l'evasione va combattuta in altri modi».



Presidente. Guglielmo Miani dell'Associazione Monte Napoleone

Fiera digitale. Incremento del 22% e da gennaio anche la app per la raccolta ordini

## Buyer in crescita per e-Pitti

Marta Casadei

«A gennaio lanceremo un servizio di raccolta ordini su iPad che si chiamerà e-Pitti app: avrà costi abbordabili perché è concepita come uno strumento di supporto per aziende che fino ad oggi non hanno potuto permettersi software più complessi e costosi, come molti dei nostri espositori».

Francesco Bottiglieri racconta il nuovo progetto di Fiera Digitale, società di cui è amministratore delegato e socio e che per il 75% è partecipata da Pitti Immagine: si tratta di un'iniziativa volta ad aumentare il livello di alfabetizzazione tecnologica delle imprese di moda, italiane e non, favorendo i contatti con buyer stranieri conferma l'impegno di Pitti sul fronte digitale.

Un impegno che ha il proprio progetto cardine in e-Pitti.com, trasposizione delle fiere Pitti Uomo, Pitti Bimbo e Pitti Filati, che da sei stagioni a questa parte sta riscuotendo un successo sempre maggiore.

«L'edizione estiva è andata particolarmente bene. Abbiamo registrato un incremento dei buyer del 22% - spiega Raffaello Napoleone, ad di Pitti Immagine - e delle pagine viste (+24%)». Ben 1.348 aziende (di cui 907 da Pitti Uomo) hanno messo le loro collezioni P-E 2016 su e-Pitti.com, entrando in contatto con i compratori di 107 nazionalità diverse, contro le 85 dell'estate 2014. Se il primo mercato delle fiere digitali rimane l'Italia, che assorbe il 70% dei contatti, tra i

paesi più attivi spiccano anche Giappone, Regno Unito e Usa.

Il focus di Pitti sulla digitale continua con la terza edizione di Decoded Fashion Milan che raddoppia l'adattabilità e cambia location: avrà luogo il 17 e il 18 novembre al Magna Pars. I temi chiave saranno l'e-commerce, i big data e la personalizzazione. Gli occhi saranno puntati anche sulle start up internazionali: tra i premi che verranno assegnati ai vincitori del concorso internazionale The Fashion Pitch spiccano un percorso di formazione offerto da Hogan, un assegno da 10 mila euro staccato da Fashion Technology Accelerator e un percorso di accelerazione messo a disposizione da Facebook Italia.

## M&A. Iter al via Trussardi chiama Citi per trovare un partner

Carlo Festa

Trussardi procede verso il riassetto azionario. Il gruppo guidato da Tomaso Trussardi insieme alle sorelle Beatrice (presidente) e Gaia (direttore creativo), secondo indiscrezioni, starebbe cercando un partner. A rilanciare i rumors è stato ieri il servizio di intelligence internazionale Mergermarket.

Sarebbe così stato affidato un incarico alla banca d'affari statunitense Citigroup. La famiglia, sempre secondo le indiscrezioni, starebbe valutando diverse strade di valorizzazione del gruppo, ma sarebbe disponibile a considerare soltanto la cessione di una quota di minoranza. Contattata dal Sole 24 Ore, l'azienda non ha voluto commentare.

Il gruppo bergamasco nel 2014 ha chiuso il bilancio con un giro d'affari di 150 milioni, ma con l'ultima riga di bilancio in rosso per quasi 7 milioni. Di sicuro, la mossa sembra aprire per Trussardi opzioni di crescita simili a quelle scelte da altri gruppi italiani della moda: basti pensare a Versace, dove la famiglia si è affiancata al fondo americano Blackstone, oppure a Roberto Cavalli, ceduta a Clessidra.

Nel lusso la forte intensità di capitale e la necessità di effettuare grandi investimenti per la crescita, soprattutto nei Paesi emergenti, stanno infatti convincendo sempre di più le società del settore a valutare partnership azionarie, di minoranza o maggioranza, con gruppi finanziari.

DIPARTIMENTO DI DIRITTO ED ECONOMIA DELLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE



Convegno di studi

## LA PATENT BOX

L'applicazione della disciplina e le nuove strategie per le imprese

Sapienza Università di Roma - Facoltà di Economia  
Giovedì 22 ottobre 2015 - dalle ore 9,30 alle ore 14,00  
Aula Onida  
Via del Castro Laurenziano, 9 - Roma

PROGRAMMA

Introduce

**Riccardo Gabrielli** Studio Tributario e Societario - Deloitte  
Chairman

**Eugenio Della Valle** Ordinario di diritto tributario - Sapienza Università di Roma  
Intervengono

**Claudio Moscardelli** Senatore della Repubblica - Commissione Finanze

**Aldo Castoldi** Studio Tributario e Societario - Deloitte

**Pier Luca Cardella** Professore a contratto di diritto tributario - Sapienza Università di Roma

**Maurizio Fattaccio** Responsabile affari fiscali RAI e Presidente fondazione Telos

**Enrico Laghi** Ordinario di economia aziendale - Sapienza Università di Roma

**Luigi Marotta** Responsabile Fiscale Italia - Gruppo ENEL

**Rossella Miceli** Professore aggregato di diritto tributario - Sapienza Università di Roma

**Luca Miele** Studio Tributario e Societario - Deloitte

**Giovanni Palomba** Ordinario di finanza aziendale - Sapienza Università di Roma

**Daniele Umberto Santosuosso** Ordinario di diritto commerciale - Sapienza Università di Roma

**Stefano Trettel** Direttore fiscale di Fininvest S.p.a.

**Ivan Vacca** Condirettore Generale Assonime

**Ranieri Villa** Studio Tributario e Societario - Deloitte

La partecipazione è gratuita - Segreteria organizzativa c/o Dipartimento di diritto ed economia delle attività produttive - Massimo Morbidelli (e-mail: massimo.morbidelli@uniroma1.it - tel. 0649766801) - È stata presentata domanda di accreditamento della iniziativa agli Ordini professionali dei Dottori commercialisti e degli Avvocati.

Studio Tributario e Societario  
Deloitte.



OSSERVATORIO PERMANENTE GIOVANI-EDITORI

## NUOVI INCONTRI PER IL FUTURO.



Andrea Ceccherini inaugura le edizioni 2015/2016 dei progetti strategici promossi dall'Osservatorio Permanente Giovani-Editori.

TEATRO ODEON FIRENZE

Per informazioni:  
055 290068  
segreteria@osservatorioonline.it

L'INGRESSO SARÀ CONSENTITO SOLO AI POSSESSORI DI UN INVITO NOMINALE.

JENS WEIDMANN 25 SETTEMBRE

Presidente Deutsche Bundesbank



Young Factor

Un ospite d'eccezione per rilanciare una nuova sfida civile e sociale, tesa a elevare il livello di alfabetizzazione economico-finanziaria degli studenti.

JAMES MURDOCH 19 OTTOBRE

Chief Executive Officer 21st Century Fox



Il Quotidiano in Classe

Un protagonista internazionale del mondo dei media si confronterà con i giovani italiani per discutere insieme sul valore dei contenuti di qualità nell'era digitale.