Rep

A&F

Affari&Finanza

Settimanale allegato a
la Repubblica
Anno 35 - n° 8
Lunedì, 24 febbraio 2020

Conti correnti
Addio costo zero, anche online
i servizi delle banche si pagano cari
FRANCESCA VERCESI → *pagina 8*

Trasporto aereo
Il buco nero nei cieli italiani
16 compagnie fallite in vent'anni
ETTORE LIVINI → *pagina 10*

Auto
L'anno orribile della Renault
E ora il volante nelle mani di De Meo
ANAIS GINORI → *pagina 16*

Finanza
Cibo per animali, acqua e robot
il boom dei fondi "tematici"
ADRIANO BONAFEDE → *pagina 20*

Circo Massimo

MASSIMO GIANNINI

LA SCOMMESSA DI BORIS

La Perfida Albione alza il Muro, e noi ci andremo a sbattere. Chi si illudeva che Boris Johnson avrebbe esitato, frenato, pasticciato, è servito. Brexit sarà "hard": lo dice la stretta sull'immigrazione, che dal gennaio 2021 imporrà a chiunque voglia entrare nel Regno Unito un gioco dell'oca a punti.

continua a pagina 12 →

Il mercato

ALESSANDRO PENATI

INTESA-UBI VANTAGGI E RISCHI

L'Offerta di Intesa Sanpaolo su Ubi Banca è un'operazione brillante. Per il metodo: un'offerta sul mercato che rompe con la triste tradizione delle interminabili negoziazioni per spartirsi le poltrone tipica nelle fusioni tra le nostre banche.

continua a pagina 7 →

Il commento

FABIO BOGO

I CAMPIONI CHE MANCANO

Se Intesa San Paolo porterà a termine l'operazione di conquista di Ubi nascerà un agglomerato bancario forte in termine di presenza sul territorio, di raccolta di risparmio, di profitti. E la fotografia che ha scattato l'amministratore delegato Carlo Messina non ha contorni d'ombra.

continua a pagina 13 →

con articoli di **VITTORIA PULEDDA** e **SERGIO RIZZO** → *alle pagine 6-7*

JACOB WACKERHAUSEN/GETTY IMAGES

2050, l'Italia in pensione

ROBERTO PETRINI

Fra trent'anni gli over 65 saranno oltre un terzo della popolazione. Previdenza e sanità peseranno sempre più sui conti. Il Pil perderà progressivamente quota e scivoleremo in basso nelle classifiche internazionali

Sarà un panorama desolante quello che apparirà quando il 1° gennaio dell'anno 2050 sorgerà il sole sull'Italia. Saremo molti meno, saremo molto più vecchi, il Pil del nostro Paese si sarà ridotto e avremo abbandonato le posizioni di testa nelle classifiche internazionali. Le nostre pensioni e la nostra sanità costeranno molto, livelli difficilmente sostenibili per le finanze pubbliche. In quell'inverno del 2050 farà più caldo e molti posti di lavoro saranno stati occupati dai robot. I prossimi trent'anni saranno decisivi per il destino della Penisola, ma le scelte di fondo vanno adottate oggi. Economisti, demografi e sociologi stanno già facendo girare i propri modelli. La risposta è che la linea di tendenza ci sta portando fuori dal nucleo dei Paesi più ricchi e che se non agiremo al più presto non saremo più in grado di fare retromarcia.

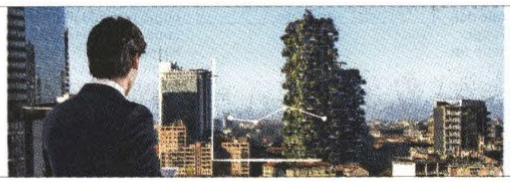
continua a pagina 2 →

con un commento di **ALESSANDRO ROSINA** → *a pagina 4*

IL TUO ASSET MANAGER, IL TUO PARTNER DI FIDUCIA.

amundi.com

Amundi Asset Management, "société par actions simplifiée" (SAS) di diritto francese con capitale di €1.086.262.605, società di gestione di portafoglio autorizzata dall'AMF con il n° GP 04000036 – Sede legale: 90 boulevard Pasteur - 75015 Parigi - Francia - 437 574 452 RCS Paris. | WALK*



La fiducia va meritata

Amundi
ASSET MANAGEMENT

Imprese

Stile & design

Innovazione innestata sulla tradizione

Artigianalità e Qr code, le due carte del "made in Lorena Antonazzi"

BETTINA BUSH, MILANO

Guidato da Gianluca Mirabassi, marito della stilista che ha dato il nome al brand, il gruppo Sterne International punta sulla sartorialità degli antichi mestieri ma usa le tecnologie per raccontare il prodotto

Lei creativa e lui organizzativo, insieme Lorena Antoniazzi e Gianluca Mirabassi negli anni Novanta decidono di cominciare una nuova avventura, scommettendo sulla maglieria di altissima qualità: «Io facevo il direttore vendite di un brand italiano, mia moglie Lorena era stilista accanto a grandi della moda – racconta Gianluca Mirabassi, presidente e ad della Sterne International – erano gli anni della maglieria, ero di ritorno da un viaggio di lavoro in Germania, e mi aveva colpito il logo di una famosa rivista tedesca, *Sterne*. Ho unito le cose, abbiamo fondato la Sterne International, e ho chiesto a Lorena di fare un piccolo campionario, una quarantina di maglie, pensate senza seguire le tendenze, che piacessero proprio a lei. Abbiamo cominciato quasi per caso ma abbiamo subito capito che poteva diventare un successo».

PICCOLI PASSI

Così a piccoli passi è nato il brand Lorena Antoniazzi, nell'ufficio di 50 metri quadrati, per fare un po' tutto: tra i primi estimatori del brand c'è anche il negozio Biffi di Milano: «Franco Limonta e sua moglie ci hanno seguito fedelmente dai primi anni» aggiunge Mirabassi con soddisfazione. Intanto in quegli anni il mercato di Sterne International si allargava, puntando soprattutto all'estero. Nei Novanta la crescita è stata velocissima, il fatturato raddoppiava costantemente, quelle maglie fatte con i filati che la stessa Lorena sceglieva e mixava sapientemente, dalle forme fluide, conquistavano subito: «Non abbiamo seguito le mode, e siamo riusciti a fare capi con una forte identità». Dal nuovo millennio il brand è passato al total look mantenendo la sua filosofia, creando tutto nella sede, quasi una casa, sempre sotto la regia di Lorena, dove ogni passaggio è rigorosamente Made in Italy, ma sarebbe più giusto dire Made in Umbria: «Abbiamo cominciato con la maglieria – sottolinea Gianluca Mirabassi – adesso copre il 40%, il resto è per pantaloni, scarpe, giacche, cappotti, mantenendo quel nostro stile indipendente, per quella donna elegante, che viaggia e lavora, vuole essere sportiva e ricercata, per creare l'eleganza dinamica che fa parte di uno stile contemporaneo adatto a un mondo che è diventato sempre più veloce». Lo stile Antoniazzi più che una moda interpreta bene un modo di vivere, senza schemi rigidi, per capi che vanno bene alla donna, senza distinzioni di età, puntando al valore dei contenuti: «Oggi un prodotto deve raccontare la sua storia, tutto quello che sta dietro a quello che si vede in un negozio, per questo noi abbiamo creato un processo di tracciabilità attraverso il QR Code che con uno smartphone, attiva un video; così certifichiamo cosa è stato fatto, dove e in che data, per una trasparenza assoluta che va dalla tessitura, fino al confezionamento, tutto realizzato in Italia».

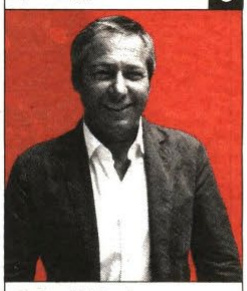
L'EXPORT

Se la produzione è rigorosamente Made in Italy, le esportazioni raggiungono l'86% con attenzione alla Russia, alla Corea, all'Europa del Nord e con una distribuzione con monobrand e punti vendita in tutto il mondo: «Il primo monobrand lo abbiamo aperto a Parigi 7 anni fa, a Milano l'anno scorso, oltre a Ortisei Cannes, Saint Moritz, Daegu, e due in Russia, che si aggiungono ai corner, come da Harrods a Londra, e a pop up store come quello di Ibiza». L'azienda, la Sterne International nel 2019 ha fatturato 23 milioni di euro, con una crescita costante del 20% all'anno e la previsione di superare i 40 milioni nel 2025: «Vogliamo crescere valorizzando i nostri prodotti e il Made in Italy attraverso l'artigianalità e l'alta qualità, investendo sulle nuove generazioni, non a caso l'età media è di 34 anni e i nostri figli Nicola e Andrea lavorano già in azienda. Vogliamo contribuire a rivalutare lavori artigianali che venivano trascurati, per questo facciamo corsi di formazione ogni 4 mesi per far capire l'importanza e il fascino di questi mestieri».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

1 Sterne International ha fatturato 23 milioni di euro nel 2019 e prevede di superare quota 40 nel 2025

Il personaggio



Gianluca Mirabassi
presidente e ad della Sterne International

L'analisi

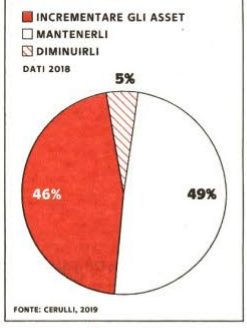
PAOLA JADELUCA

Zip e accessori in metallo nozze tra Riri e Coeurdor

Zip, bottoni, e ora le finiture e i componenti in metallo. Il matrimonio tra Riri e Coeurdor dà vita al più grande gruppo di accessori in metallo per l'industria del lusso, un gruppo che copre tutta la filiera di questo componente chiave. In piena corsa alla fusioni e acquisizioni finiscono sotto il radar non solo i brand di vetrina, ma anche le nicchie nascoste che contribuiscono, però, alla qualità ed eccellenza del prodotto finito. Riti, sede a Mondrisio (Svizzera) è la numero uno nell'Alto di gamma: per riconoscere se una borsa Hermès è originale, bata guardare la zip. Se è firmata Riri è una vera Hèrmes. E i brand del lusso trainato anche Riri, e il marchio fratello Cobrax, fornitori di Gucci, Prada, Nike e altre griffe.

I numeri

FONDI DI PRIVATE EQUITY
PREVISIONI SU INVESTIMENTI



Nel novembre 2018, Riri è stata comprata dal fondo di private equity Chequers Capital, che ha rilevato le quote del fondo olandese Gilde Buyot e le quote del management. L'obiettivo era far crescere ancora di più il marchio. E le nozze con la francese Coeurdor vanno in questa direzione. Sede a Maîche, Bourgogne-Franche-Comté, Coeurdor è famosa per le sue capacità innovative oltre che per la qualità dei prodotti. Ha sedi in Francia e Portogallo, mentre Riri produce tra Svizzera e Italia. Una filiera completa che mette in moto un fatturato totale superiore a 140 milioni di euro e controllato dalla stessa holding che fa capo in maggioranza a Chequers Capital.

p.jadeluca@repubblica.it

©RIPRODUZIONE RISERVATA

3

Manuel Ritz

Un viaggio di stile tra Londra, Parigi e New York. È il filo conduttore che caratterizza la nuova collezione donna pensata per l'autunno/inverno dal marchio nato agli inizi degli anni Settanta. L'idea è dar vita a un guardaroba giocoso, che mescola i quadri ai fiori, i tessuti tradizionali a quelli più tecnologici. Con modelli che vanno da giacche e cappotti ad abiti lunghi e tailleur da sera

4

Lorena Antoniazzi

È un inno alla vestibilità coonfortevole la nuova linea proposta dalla maison italiana. Tra i tessuti spicca l'uso di cashmere e lana, per un look no-gender, che attinge dal guardaroba maschile. Come nel caso delle giacche a "V" e delle cinture-baschina di gonne e pantaloni. Sotto i quali compaiono anfibi neo-camperos, alternati alle sempre attuali sneaker

5

Piquadro

Il marchio italiano accelera sul green con Pq-Bios, linea di zaini e accessori realizzata in materiali riciclati. I modelli utilizzano l'Econyl, un filo di nylon ricavato dalla trasformazione dei rifiuti, tra i quali reti da pesca e scarti di tessuto provenienti dalle discariche. Mentre per le fodere interne è stata usata plastica riciclata certificata Global Recycled standard

6

Bulgari

Per la collezione accessori autunno/inverno il brand del lusso rivisita alcuni dei suoi modelli iconici. Tra questi, la borsa Serpenti che guadagna nuovo spazio grazie all'aggiunta di due tasche, una sul davanti e una sul retro. Mentre la Cabochon Serpenti in pelle di capra perlata mostra un tocco più urbano grazie al motivo matelassé con finiture in rutenio e palladio

7

Les Copains

Richiama l'atmosfera della Parigi anni Settanta la nuova collezione autunno/inverno della griffe bolognese. A comporla sono quasi 300 capi, con un focus particolare sulla maglieria, declinata nei filati più nobili. Dal classico merinos al puro cashmere, dai versatili cardati al mohair, proposti in fantasia punti e con piccoli dettagli che mirano a rendere unico ogni pezzo

8 Falconeri

9 Gentry Portofino

10 Bally

11 Michael Kors

12 Liu Jo

13 Kiton

14 Doucal's

15 Stefanel