

IL FUTURO È UN UOVO DA COVARE



ERSEL
Wealth Management

Bottega Veneta torna a brillare

Il marchio di Kering rinasce sotto la guida del duo Lee-Rangone Gibellino e Campana in *MF Fashion*

Un look Bottega Veneta



MF

il quotidiano dei mercati finanziari

Da domani in edicola



Area XXXI e 220

Giovedì 7 Novembre 2019

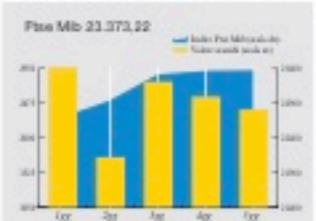
€2,00 *Classeditori*



IL FUTURO È UN UOVO DA COVARE



ERSEL
Wealth Management



BORSA +0,04% 1€ = \$1,1090

BORSE ESTERE	
Dax 30 Ind.	23.487
Nasdaq	8.404
Telco	23.304
Industria	13.182
Zuglo	18.218
Londra	7.297
Parigi	8.887
VALUTE-RENDIMENTI	
Euro-Dollaro	1,1090
Euro-Sterlina	0,8803
Euro-Yen	120,28
Euro-Fr.Sfr.	3,3012
50% 30 Y	8,8187
50% 10 Y	-0,4108
FUTURE	
Euro-89p	143,28
Euro-80ind	112,4
US 3.8ind	188,21
Futuro Mib	23.299
S&P500 Clm	3.087,8
Nasdaq 100 Mib	8.187

FOCUS OGGI

L'utile di Banco Bpm cresce del 31%
Nei nove mesi i profitti hanno raggiunto 686 milioni. Il risultato arriva al termine di un trimestre in linea con gli obiettivi. *Fracassi a pagina 11*

IL ROMPISPREAD

Secondo Matteo Salvini un operatore dell'Ita sale 10 Bolotoli. Ma quanto gioverà bene, quanti dell'Ita?

MEDIOBANCA MUSTIER VENDE SUL MERCATO L'8,4% E INCASSA 800 MILIONI, DELFIN DIVENTA PRIMO SOCIO

Piazzetta Del Vecchio

L'accordo di consultazione dell'istituto milanese si avvia verso lo scioglimento. Faro Consob sugli acquisti e sulle vendite del titolo. Le mosse di Nagel e le conseguenze sulle Assicurazioni Generali
(Capolino, De Mattia e Gualtieri alle pagine 2 e 3)

ESCLUSIVO/ LA SOLUZIONE DI GUALTIERI: ECCO IL MEMORANDUM PER LANCIARE LA LOTTA ALL'EVASIONE FISCALE

Anche al bar si paga con la carta di credito

Intesa con Abi e servizi di pagamento per azzerare le commissioni su spese fino a 10 euro
(Sommeletti a pagina 4)

POSTE ITALIANE

In arrivo un acconto di 0,154 euro sul dividendo
(Messia a pagina 17)

UNIONE BANCARIA, VIRTÙ E VIZI

La Germania apre alla garanzia comune sui depositi ma in cambio di nuove strette su npl e titoli di Stato
(Ninfolo a pagina 8)

CAOS ILVA

Arcelor ribalta il tavolo e chiede anche 5mila esuberanti
(Pira a pagina 7)



DAI IL TUO NOME AL NOSTRO FUTURO

Con un lascito testamentario la tua opera continua nel futuro dell'Associazione La Nostra Famiglia. Da oltre settant'anni la nostra missione è quella di tutelare la dignità e migliorare la qualità della vita di bambini e ragazzi con disabilità attraverso attività di cura, riabilitazione, ricerca scientifica e formazione. Ci facciamo carico non solo della disabilità, ma anche della sofferenza personale e familiare che l'accompagna. Un lascito testamentario all'Associazione La Nostra Famiglia è l'occasione per dare il proprio nome al futuro dei bambini e delle loro famiglie. Così la tua opera di una vita diventa la nostra opera di ogni giorno.
Site: lasciti.lanostrafamiglia.it | 031 625111 | lasciti@lanostrafamiglia.it



CONSIGLIO DEL GOVERNO
Comitato per la tutela dell'eredità

ASSOCIAZIONE
la Nostra Famiglia
www.lanostrafamiglia.it

Interviste

Zenith riparte dalla sua icona

Il 50° anniversario di El Primero dà ulteriore linfa al marchio, che segna vendite a +18%. «I prodotti sono sostenuti dal mondo social e web», ha detto Paolo Cappiello, brand director South Europe

Il 2019 è un anno importante per Zenith, visto che coincide con il 50° di nascita di El Primero, modello di grande portata innovativa che, con movimento automatico e grande precisione dovuta all'alta frequenza delle 36 mila alternanze orarie del bilanciere, ha segnato una tappa fondamentale nella storia della moderna orologeria da polso. Paolo Cappiello, classe 1976 con precedenti esperienze con Chopard e dal 2014 brand director South Europe (Italia compresa, di cui si occupava già dal 2009) del marchio elvetico fondato nel 1865, ha partecipato in prima persona alle iniziative speciali che si sono svolte durante tutto l'anno.

Esiste un rapporto particolare tra l'Italia e Zenith?

Il marchio ha effettivamente un legame molto più forte con il nostro paese che con altre parti del mondo, nato sul dato di fatto che i nostri orologi sono entrati, soprattutto tra gli anni 40 e i 60, in molte famiglie come segnatempo di valore e da tramandare. Per quanto mi riguarda, ho fatto in modo che questa bella tradizione si mante-

nesse viva, facendola conoscere e proponendo modelli iconici. E non a caso, abbiamo aperto le celebrazioni mondiali per l'anniversario dell'El Primero proprio in Italia, con una cena a Milano esclusivamente per 50 persone.

Quanto vale il mercato italiano per Zenith e quale è il suo stato di salute attuale?

È tra i primi tre in Europa, trainato dalla crescita delle vendite al cliente finale del +18% in quantità rispetto allo scorso anno e concentrate sulle 10 referenze della core collection, segno della maturità del marchio rispetto agli anni passati e di un cliente finale sempre più attento nei nostri confronti. C'è poi equilibrio tra sell-in e sell-out, sinonimo che l'offerta di prodotto è adeguata alla domanda di mercato.

Che valore ha dal punto di vista storico e commerciale il 50° dell'El Primero?

Davvero enorme. Celebrare i 50 anni di un meccanismo che ha fatto la storia dell'orologeria, ha avuto forte impatto commerciale. E per tanti collezionisti è



Paolo Cappiello e El Primero A386 Revival di Zenith



l'occasione di regalarsi un orologio dotato di un movimento erede del primo e più preciso (da cui il nome El Primero, scelto perché suona bene in tutte le lingue, ndr) cronografo automatico al mondo lanciato nel 1969. Magari nella versione Chronomaster da 38 millimetri, il modello oggi più venduto in Italia. Nel dettaglio,

durante l'anno abbiamo sviluppato soprattutto 3 progetti. A gennaio è stato presentato un cofanetto in edizione limitata a 50 pezzi con all'interno tre orologi: la riproduzione fedele dello storico modello A386, un Chronomaster 2 che monta l'evoluzione del movimento El Primero a 36 mila alternanze orarie e un Defy 21 con

cronografo al 100° di secondo. A Baselworld era poi stata presentata la trilogia dell'El Primero A386 in oro giallo, rosa e bianco, mentre a conclusione dell'anno giubilare verrà lanciata una riedizione fedele dell'El Primero A384, il primo a contenere il famoso calibro 3019PHC.

Può quantificare i dati che riguardano il best seller Chronomaster?

Costo d'entrata della collezione di 6.900 euro, che ritengo essere il miglior rapporto qualità/prezzo possibile per un orologio con movimento cronografico di manifattura. È poi linea Chronomaster a determinare oggi il 40% del nostro business, in crescita rispetto al 2018.

E i concessionari?

La rappresentanza del marchio è oggi affidata a 38 rivenditori, in leggero calo rispetto al 2018, ma perfettamente in grado di offrire adeguata copertura commerciale e visibilità qualificata sia fisica, attraverso le collezioni presenti in negozio sia digitale, con siti Internet, social network e campagne pubblicitarie on-line. (riproduzione riservata)

Strategie

Vacheron Constantin scommette sul colore

La nuova collezione Patrimony della casa orologiera di Ginevra accosta le casse in oro rosa con l'inedito quadrante blu notte satinato

Collezione da raffinati intenditori, quella proposta da Vacheron Constantin per questa ultima parte dell'anno, formata da soli quattro modelli, ma tutti emblematici per la loro valenza estetica e tecnica. Orologi in serie non limitata, ma con prezzi che variano dai 20 a 80 mila euro e che quindi si collocano nella fascia alta del mercato, come s'addice al bagaglio di storia e di tradizione di cui la maison si fa orgogliosamente carico dal 1755. Una data di fondazione che attesta per Vacheron Constantin il primato della più antica manifattura d'orologeria ancora in attività e con la medesima ragione sociale della fondazione. Un marchio che contiene i cognomi di due professionisti di Ginevra, associati per dare vita a quello che era il sistema produttivo del settore prima dell'avvento dell'industria, ovvero un orologiaio costruttore, meccanico e matematico, e un imprenditore che viaggiava per il mondo con il suo prezioso bagaglio. Un patrimonio unico, non a caso ricordato dalla collezione battezzata appunto Patrimony, la più rappresentativa di una maison fondata sulla classicità estetica e l'eccellenza meccanica. Questa linea è sostanzialmente nel catalogo di Vacheron Constantin

dall'avvento dell'orologeria da polso, con la novità di questo fine anno che vede l'inedito accostamento delle casse in oro rosa con quadranti blu notte satinato e con lavorazione soleil (antica tecnica per «illuminare» il quadrante). Dal punto di vista funzionale, si tratta di un modello a carica manuale e di un automatico dagli spessori molto ridotti (rispettivamente 6,79 e 8,55 millimetri), dettaglio d'eleganza che comporta però una certa difficoltà di realizzazione, cui si aggiunge un calendario perpetuo e uno originale giorno-data biretrogrado, con lancette che ritornano a scatto al punto di partenza mesi e settimane finiscono. (riproduzione riservata)



Vacheron Constantin Patrimony day date

Iniziativa

OPENING A BOLOGNA PER BARTORELLI

Il gruppo da 50 milioni di euro di ricavi conta su altri sei punti vendita. L'ultima apertura è la prima in una grande città

Decisivo cambio di passo per Bartorelli gioiellerie, sei punti vendita e un fatturato di circa 50 milioni di euro, con l'inaugurazione di una grande boutique nel centro di Bologna, prevista per fine novembre. L'ultima apertura, l'estate scorsa a Milano Marittima, aveva consolidato la strategia che differenzia la famiglia terza generazione del fondatore, con Carlo Bartorelli presidente e amministratore delegato, dalle altre sia pur importanti realtà di settore. Collocazioni in luoghi di villeggiatura esclusivi e meta di un turismo internazionale (oltre a Milano Marittima e Riccione, anche Cortina d'Ampezzo e Forte dei Marmi oltre all'originario negozio di Pesaro), dove è stato creato un tipo d'offerta che non aveva precedenti. L'entrata a Bologna rappresenta invece un netto cambio di rotta, rivolgendosi a un contesto essenzialmente cittadino e locale, con gusti ed esigenze molto differenti rispetto ai luoghi di villeggiatura. Una sorta di urbanizzazione che non per caso ha come meta il capoluogo emiliano, città che fa da centro di gravità per la zona di pertinenza, nonché d'origine, del gruppo. Inoltre, è riconosciuta come capitale di cultura, vive un momento



Carlo Bartorelli e il nuovo store di Bologna

particolarmente vivace con attività congressuali e di business in espansione e conta su un aeroporto da ben 9 milioni di passeggeri all'anno. Situa in Galleria Cavour vicino a marchi come Prada, Gucci ed Hermès, la nuova boutique ha un'ampiezza di circa 130 metri quadrati sviluppati su due livelli e nasce da un progetto a cura dello Studio Simonetti che s'ispira, con materiali innovativi e pregiati, nello stile classico di uno dei luoghi simbolici di Bologna. E con in concessione una decina di marchi, tra cui Bulgari, Omega, Chanel e Hublot, accompagnati dalle collezioni di gioielleria Rare and unique firmate Bartorelli. (riproduzione riservata)