

LUSSO

RISULTATI PRIMO TRIMESTRE 2018

L'inizio del **2018** si apre all'insegna della **crescita** per i maggiori brand europei dell'alto di gamma, che, nonostante il tasso di cambio sfavorevole e le crescenti incertezze a livello economico e geopolitico, proseguono la dinamica positiva già registrata lo scorso anno. Brillano ancora una volta i colossi del lusso francese (LVMH e Kering), seguiti a distanza dalle griffe italiane, che mostrano risultati contrastanti (Ferragamo in recupero, in arretramento invece Tod's).

Primo trimestre dell'anno in rialzo per **LVMH**, che mette a segno una crescita organica di fatturato del 13% (tassi costanti) nel confronto col corrispettivo 2017. Ottima la performance delle vendite su tutti i maggiori mercati internazionali, in particolare Asia (+21%), USA (+10%) e UE (+6%). A guidare il trend rialzista la divisione moda e pelletteria (+16%), che attesta il momento positivo di tutti i maggiori marchi del gruppo, a partire da Louis Vuitton. Solida performance di Christian Dior Couture. Bene anche Fendi, Loro Piana e Céline.

Eccellenti i risultati del gruppo **Kering**: +36,5% i ricavi nei primi tre mesi (tassi costanti). Prosegue inarrestabile su tutti i mercati, in particolare Nord America e Asia Pacifico, la corsa di Gucci (+49%) seguito a distanza da Yves Saint Laurent (+20%) e Bottega Veneta (+0,7%). Convincente la performance di Balenciaga, guidata soprattutto dalle vendite della divisione calzatura. Trend decisamente positivo anche per Alexander McQueen.

Ricavi a +11% per **Hermès** (tassi costanti), i cui risultati incoraggiano il brand a mantenere obiettivi di crescita ambiziosi anche nel medio-termine. Premiate in particolare le nuove collezioni proposte nel segmento pelletteria (+8%), ampiamente positivo anche l'andamento della divisione abbigliamento e accessori (+17%). Vendite in espansione in tutti i maggiori mercati internazionali: Asia +14%, America +9% ed Europa +7%.

Ancora in flessione i risultati del gruppo **Tod's** (-2% a tassi costanti). Ad incidere negativamente sui ricavi soprattutto l'effetto cambio, particolarmente penalizzante per Roger Vivier (limitato a -3% di ricavi a valute costanti). In arretramento anche Hogan (-5%) trascinato al ribasso dalla debolezza del mercato italiano. In leggero rialzo invece Tod's (+1%), che beneficia dei buoni segnali delle vendite di calzatura, in crescita nel trimestre. Battuta d'arresto per Fay (-12%). Permangono criticità sul mercato italiano (-12% il fatturato nel trimestre), bene invece le vendite in UE, Americhe e *Greater China*.

Tornano in positivo i ricavi di **Salvatore Ferragamo** nei primi tre mesi 2018: +2% a tassi costanti. Accelera il segmento pelletteria, in crescita del 7%. In sofferenza invece la calzatura (-2%). La suddivisione del fatturato per principali aree geografiche premia le vendite in Europa e Nord America (entrambe +2%); difficoltà in Giappone (-8%) e America Latina (-1%). Bene l'Area del Pacifico (+5%), dove spicca l'incremento delle vendite sul mercato cinese (*Mainland China* +18%, Hong Kong +34%). Debole la performance degli acquisti dalla Sud Corea.