

STILI&TENDENZE

In breve

**PROFUMI**  
The Merchant of Venice a Milano



The Merchant of Venice ha aperto una boutique a Brera, nel cuore di Milano. Si tratta del quinto punto vendita della maison di profumeria artistica dopo il flagship store di Campo San Fantin a Venezia, l'antica Spezieria all'Ercole d'Oro sempre a Venezia, il concept store di Murano e la boutique a Verona. Il negozio è stato ideato da Pier Luigi Pizzi, scenografo teatrale che ha firmato il restyling e il progetto allestitivo del museo di Palazzo Mocenigo di Venezia con il "Percorso museale del profumo" da cui è nato lo stesso progetto The Merchant of Venice. Colore rosso veneziano per gli arredi dalle forme neoclassiche.

MODA 24

**OROLOGI**  
Nuove norme per lo Swiss Made  
Dal 1° gennaio entrano in vigore in Svizzera le nuove norme sullo Swiss Made. Tra i rami più interessati ai parametri dello Swiss Made c'è l'industria degli orologi, dove la Svizzera rappresenta oltre la metà del fatturato mondiale, con un export pari a circa il 90% della produzione.

INTERVISTA | Alberto Nobis | Presidente e amministratore delegato Dhl Express Italy

# «Alla moda offriamo servizi ad hoc»

## Nel 2016 l'80% delle spedizioni internazionali è stato di tipo B2B

Giulia Crivelli

«L'e-commerce è importante e ha dato un impulso positivo all'intero comparto delle spedizioni espresse, ma alle aziende della moda, e non solo, Dhl offre molto di più della consegna door-to-door. È per questo che siamo leader di mercato con una quota del 56% e l'Italia è uno dei quattro Paesi per ricavi del nostro gruppo».

Alberto Nobis è reduce dal mese più intenso dell'anno, complici le consegne dei doni di Natale e la generale necessità per persone e aziende di rispettare scadenze - anche di spedizioni - di fine anno. Ora il presidente e amministratore delegato di Dhl Express Italy si appresta ad affrontare un anno in cui l'azienda (parte del gruppo Deutsche Post) investirà molto nel nostro Paese.

**Come si è chiuso il 2016?**  
Deutsche Post Dhl è quotata alla Borsa di Francoforte e il bilancio dell'esercizio verrà presentato in marzo. I dati sui primi nove mesi indicano un fatturato di 41,9 miliardi. Per i prossimi anni si preve-

de una crescita del comparto delle spedizioni espresse compreso tra il 3 e il 5%. Noi vogliamo tenere un passo decisamente più veloce in Italia e a livello globale.

**Su cosa si gioca la concorrenza con gli altri player?**

La garanzia della consegna in 24-48 ore in tutti i circa 220 Paesi in cui spediamo dall'Italia è solo il punto di partenza. La differenza la fanno i servizi che forniamo alle aziende, di cui magari il destinatario finale che riceve un capo di moda non si rende neppure conto.

**Può fare degli esempi?**

Seguiamo tutte le pratiche doganali e per alcuni prodotti può essere molto complesso perché le regole variano da Paese a Paese. Per esportare pellicce in Russia, ad esempio, di recente in molti hanno avuto problemi. I ritardi possono penalizzare chi ha comprato su siti della moda e del lusso ma soprattutto sono un danno per le aziende, che ricevono o spediscono semilavorati da Paesi diversi, per poi assemblarli secondo tabelle di marcia molto rigide. Un al-

tro servizio che offriamo, a tutte le aziende del made in Italy, dalla moda al design, dal medicale all'automotive e alla nautica, è lo studio di packaging ad hoc che minimizzi i costi ma garantisca la massima integrità dei pacchi.

**Quanto conta il B2B?**

L'80-85% delle spedizioni internazionali, che assorbono circa il 70% del totale, nel 2016 sono state B2B, da azienda ad azienda, non B2C, da azienda a consumatore. L'e-commerce come canale di distribuzione dei marchi della moda e del lusso continua a crescere a due cifre, ma non è l'unico driver di uno spedizioniere espresso come Dhl.

**Quali sono i progetti in Italia per i prossimi anni?**

Entro il 2018 completeremo l'espansione a Malpensa, con un investimento di oltre 90 milioni. L'area operativa raddoppierà, passando dagli attuali 27 mila a 46 mila metri quadri. Il nuovo magazzino sarà certificato Leed, per garantire gli alti standard di sostenibilità energetica e ambientale



Al vertice. Alberto Nobis

che Dhl considera prioritari a livello globale. Il sistema di smistamento permetterà di triplicare la capacità attuale e saremo in grado di gestire contemporaneamente i servizi internazionali e nazionali. Ma puntiamo anche sugli aero-

porti di Venezia, Fiumicino e Pisa, per un investimento complessivo, in 5 anni, di 350 milioni.

**L'Italia è un Paese lungo e stretto, con migliaia di piccoli e medi centri urbani e un cronico problema di infrastrutture. Riuscite a garantire gli stessi standard che avete altrove?**

La risposta è sì. Primo perché, come spesso accade, siamo troppo critici con il nostro Paese. Strade e ferrovie possono e devono essere migliorate, ma non sono poi così arretrate rispetto ad altri mercati in cui operiamo. Secondo, il sistema dei piccoli aeroporti, a differenza di tanti Paesi europei, è eccellente. Questo è strategico per noi e per il B2B: le Pmi della filiera del tessile-abbigliamento-moda sono tantissime e radicate in distretti sparsi in tutta Italia. Il valore del loro prodotto è legato al territorio ma per competere a livello globale hanno bisogno di servizi uguali a quelli che avrebbero in una grande città o area industriale. Dhl Express garantisce questo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Moda e tecnologia.** L'azienda bresciana di accessori per smartphone e tablet in soli tre anni è passata da 500 mila a 7 milioni di ricavi

# A Red-Fish il 25% di Cover Store

Per la giovane azienda bresciana Cover Store si apre una nuova fase: il fondo Red-Fish Kapital di Paolo Pescetto ne ha rilevato il 25% del capitale attraverso la società Nlk, veicolo creato ad hoc. Cover Store è nata nel 2013 per iniziativa di un gruppo di imprenditori under 30 ed è specializzata, appunto, in cover per telefoni cellulari, smartphone e tablet.

Andrea Bosetti, Gianantonio Bannò (all'epoca ventinovenni)

e Mirko Galizia, di sei anni più giovane, erano alla fine del loro percorso di studi universitari in economia e management quando decisero di creare una serie di prodotti che loro stessi avrebbero voluto e potuto acquistare, ma che non trovavano sul mercato. Vestire la tecnologia con cover creative, colorate e con un tocco glamour: questa fu l'idea.

Il gruppo aprì un piccolo negozio in una via secondaria di Brescia, investendo 9 mila euro

e fu subito un successo, grazie alla qualità dei prodotti e a una comunicazione virale sui social network, come si addice a nativi digitali e Millennials.

Oggi i negozi sono diventati 100 (50% diretti e 50% in franchising), i follower sui social sono oltre 3 milioni e si guarda all'espansione all'estero: Barcellona, Girona e Amsterdam dovrebbero essere le prime aperture europee. Sono i numeri ad aver attratto Red-Fish: nel 2014

il fatturato di Cover Store era stato di 500 mila euro, diventati 3,5 milioni nel 2015, mentre il 2016 si chiuderà a circa 7 milioni di euro e i dipendenti sono arrivati a 150. Nel 2016 la Cover Store ha venduto oltre mezzo milione di custodie (3 mila le referenze disponibili) a prezzi che vanno dai 19,99 ai 24,99 euro, con collezioni firmate da artisti e licenze con Warner Bros, Disney, Chupa Chups e Juventus.

Gli obiettivi sono ambiziosi: arrivare a 25 milioni di fatturato nel 2018, 35 nel 2019 e 55 nel 2020.

G.Cr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Per iPhone. Una delle molte cover per smartphone Apple



# Enologia. Gli spumanti per Capodanno Eccellenze italiane dalla Sicilia alla Lombardia

Federico De Cesare Viola

Anche quest'anno, il brindisi della Prima della Scala, il 7 dicembre, quando si è aperta la stagione del teatro lirico milanese, era targato Franciacorta. Dopo il debutto ufficiale, **Bellavista Madama Butterfly 2011**, la nuova cuvée dell'azienda di Vittorio Moretti, si trova in una confezione speciale che omaggia il Giappone dell'opera di Puccini.

Come consuetudine, ecco i nostri consigli per un brindisi di fine anno con le migliori bollicine made in Italy. Non può mancare, dunque, la **Vintage Collection 2012 di Ca' del Bosco**: quattro anni sui lieviti per un Franciacorta profondo e complesso prodotto con 24 vitigni base di chardonnay, pinot bianco e pinot nero. E nemmeno **Mosnel Ebb Extra Brut 2011**, il Franciacorta più nobile tra quelli prodotti da Giulio e Lucia Barzanò a Camignone di Passirano: un 100% chardonnay ricco e invitante al naso, maturo, con un finale lunghissimo. Altra denominazione d'eccellenza in tema spumante è Trentodoc. Il **Ferrari Perlé Bianco Riserva 2006** è l'ultimo nato dell'azienda dei Fratelli Lunelli, uno chardonnay in purezza affinato oltre otto anni, vigoroso "gastro-nomico", con un naso sfaccettato di agrumi canditi ed erbe aromatiche e un palato teso. Da scoprire il **Rosé Extra Brut 2012 delle Cantine Moser**: solo qualche migliaio di bottiglie dalla vigna di pinot nero situata sotto il maso aziendale.

Naso elegante, con note di frutti rossi, e un profilo vivace e pulito. È un Alto Adige Doc, invece, il **Pinot Grigio Metodo Classico di Santa Margherita** che nasce da vigneti di alta collina: un punto di riferimento

per fragranza, equilibrio e piacevolezza. Ci spostiamo a Gavi, in Piemonte, per stappare il **Villa Sparina Brut**, un blanc de blancs a prevalenza cortese che colpisce per freschezza e acidità. Per gli amanti del Prosecco in versione extra dry c'è il **Giustino B. 2014 di Ruggeri**, dedicato al fondatore dell'azienda, una delle espressioni più raffinate e armoniose di Valdobbiadene, prodotta in sole 30 mila bottiglie.

E chi ha detto che anche al Sud non si possa bere un ottimo metodo classico? Nel cuore dell'Irpinia, Feudi San Gregorio produce **Dubl Esse**: un dosage zero austero e dinamico, frutto di una selezione di uve greco, affinato 36 mesi e racchiuso in un packaging firmato Fabio Novembre. Chiudiamo con due storiche cantine siciliane: perfetto come aperitivo il **Brut 2012 di Donnafugata**, con il suo perlage fine e le note di frutta secca e spezie. Seducente anche il **Brut di Planeta**, uno spumante che esprime tutta la freschezza del Carricante e la mineralità dell'Etna.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Franciacorta. La nuova cuvée dell'azienda di Vittorio Moretti

24 ORE BUSINESS SCHOOL

WWW.BS.ILSOLE24ORE.COM

# CRIMINI ECONOMICI, REATI SOCIETARI E FRODI ECONOMICO FINANZIARIE

## 2° modulo del Master Criminologia e Reati Economici

MILANO, DAL 27 GENNAIO 2017

6 WEEKEND

Un'efficace guida al percorso di interpretazione e contrasto del crimine.

Coordinatore scientifico  
Massimo Picozzi

UNA COMMUNITY DI OLTRE 9.000 DIPLOMATI

segui su: f in t

Servizio Clienti  
tel. 02 (06) 3022.4123/3906  
fax 02 (06) 3022.4462/2059  
business.school@ilssole24ore.com

GRUPPO 24 ORE

Il Sole 24 ORE Business School ed Eventi  
Milano - Via Monte Rosa, 91  
Milano - Via Tortona, 56 - Mudec Academy  
Roma - piazza dell'Indipendenza, 23 b/c  
Organizzazione con sistema di qualità certificato ISO 9001:2008

# 26° convegno de L'esperto risponde Giovedì 2 febbraio 2017

# Telefisco 2017

## Le novità fiscali per le imprese e i professionisti

Torna l'appuntamento per le imprese e i professionisti con Telefisco. Gli Esperti del Sole 24 ORE illustreranno le principali novità previste dalle manovre per il 2017.

Istituti di Credito, Ordini professionali e Organismi associativi locali possono essere partner del Sole 24 ORE e attivare nella propria città una sede di Telefisco.

Per informazioni su modalità di attivazione e costi:

www.ilssole24ore.com/telefisco  
02/34973204  
telefisco@ilssole24ore.com

Il Sole 24 ORE