

Il Sole **24 ORE**  
ANTEPRIMA

🕒 EDIZIONE 20:00

IL GIORNALE DI DOMANI

3 DICEMBRE 2013

ANALISI  
E COMMENTI

QUARTO GIORNO IN PIAZZA

**La strada difficile dell'Ucraina  
tra rischio default e rimborsi**

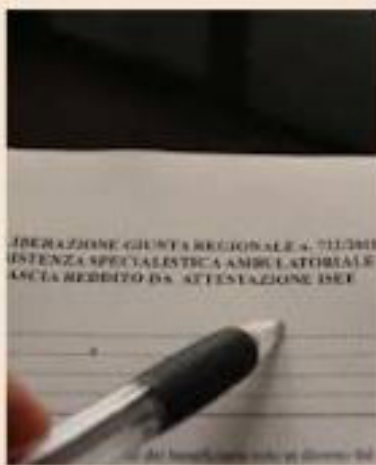
di Antonella Scotti

ACCORDI CONTRATTUALI

**Ue, incentivi finanziari  
contro riforme economiche**

di Bado Bonanno

IL VARO IN CONSIGLIO DEI MINISTRI



# Nuovo riccometro: la crisi lo aggiorna in tempo reale

di **Matteo Prioschi**

— Via libera del Governo al nuovo Isee e, a fianco dell'indicatore "standard", debutta l'Isee corrente, a cui si può ricorrere se si verifica una consistente contrazione del reddito a seguito della perdita o della riduzione dell'attività lavorativa di un componente il nucleo familiare. In questo modo, si vuole tener conto di eventi imprevedibili che possono modificare in modo sensibile la condizione economica della famiglia. La prima condizione necessaria per ricorrere all'Isee corrente riguarda la variazione dell'attività lavorativa.

MINI PATRIMONIALE

## Bolli sui conti deposito, dal primo gennaio stangata del 33%

di **Enrico Marro**

— La stangata del 33% dell'imposta di bollo sugli strumenti finanziari (dallo 0,15% allo 0,2%) ha passato la prima boa, quella del Senato, dribblando alcuni emendamenti. Se anche nel passaggio alla Camera non ci saranno sorprese, dal 1° gennaio 2014 entrerà in vigore

AMBIENTE



## Sì al dl Terra dei fuochi Bruciare rifiuti ora è diventato reato

di **Francesco Prisco**

IL NUMERO DEL GIORNO

# -0,5%

Eurostat, prezzi produzione ottobre  
La flessione su base annua è dell'1,4%

INSIDER

Vodafone sempre più attenta all'Italia  
Il colosso delle Tlc ha già programmato investimenti. Ma se Telefonica dovesse uscire di scena, Telecom sarebbe un'ipotesi meno lontana

48 **Impresa & territori**

**Stili & Tendenze**

**PARTNERSHIP**  
**Fendi in vetrina all'Hotel de Russie**  
Per celebrare insieme il Natale, Fendi ha realizzato uno speciale albero, un pino alto cinque metri, che da domenica scorsa sventola nel



"Giardino Segreto" dell'Hotel de Russie di Roma, al centro della suggestiva piazzetta Valadier. L'albero di Natale è decorato da coloratissimi e divertenti cuhi luminosi in plexiglass giallo, rosso e fucsia, ispirati ai Bag Bags, piccoli charm in pelliccia, esposti all'interno dell'albero del gruppo Forte insieme a borse altri accessori della maison romana (nella foto). Le decorazioni interne all'albero sono firmate da Sebastian Bierings, rinomato flower designer.

**MODA 24**

**LUXURY 24.IT**

**Speciale Natale: mercatini e charity**  
Clicca sullo Speciale Natale 2013 di Luxury 24.it, i mercatini più belli in giro per l'Europa agli hotel che si affacciano sulle piazze da sedici, passando per i regali. Senza dimenticare le iniziative charity per aiutare chi ha bisogno di noi

www.moda24.ilsole24ore.com



**Flagship.** Il negozio in Fifth Avenue a New York da 1.600 metri quadrati è il secondo punto vendita di Dolce & Gabbana nella Grande-mela



**Bambini.** Due look della collezione Natale 2013 di Dolce & Gabbana dedicata all'infanzia: per i bambini i negozi saranno separati

**Lusso.** Entro il primo semestre del 2014 previste 96 aperture in tutto il mondo

# Dolce & Gabbana investe 128 milioni nel retail

**Nell'esercizio atteso il rimbalzo del fatturato a un miliardo**

**Paola Bottelli**  
Dolce & Gabbana investirà nel 2014 128 milioni di euro per rafforzarsi nel retail, dopo i 54 milioni dell'anno precedente. In totale, 128 milioni per l'apertura (o il rinnovo) di 50 negozi. L'anno scorso e di altri 30 già programmati per il primo semestre del 2014, che porteranno il conto a sfiorare i 300 dalle imprevedibili megapoli cinesi alle località più esclusive, di vacanza di tutto il mondo, passando per le città d'arte italiane e per le capitali europee dove lo shopping dei turisti dei mercati emergenti ha raggiunto per il brand italiano fondato da Domenico Dol-

ce e Stefano Gabbana il 50% del totale nei primi dieci mesi di quest'anno (con ritardi in parte positivi).  
«È un super piano di investimenti», spiega il direttore generale Cristiano Ruella, «che fa seguito alla decisione strategica di due anni fa di chiudere definitivamente la collezione giovane D&G, che pesava per il 40% del fatturato totale, concentrandosi su un posizionamento di lusso e su una produzione 100% made in Italy. Abbiamo terminato la chiusura dei negozi a insegna D&G che non erano all'altezza di essere trasformati in flagship store del nostro unico marchio, appunto Dolce & Gabbana, come è invece avvenuto in diverse città: da Milano in corso Venezia a piazza di Spagna a Roma, oltre a Verona, Londra New Bond Street, Miami e diverse altre città. In molti casi abbiamo separato il negozio con l'offerta maschile da quello femminile e anche per il bimbo Fin-

tenzione è di sviluppare negozi differenziati.  
Più in dettaglio, i 56 tagli del mastro del 2013 sono stati suddivisi tra 4 in Italia, 11 in Europa, 6 in Nord America, 8 in Asia-Pacific, 11 in Medio Oriente e 6 in America Latina. Nel primo semestre 2014, invece, le inaugurazioni saranno 2 in Italia, 3 in Europa, 4 in Nord America, 14 in Asia-Pacific, 3 in America Latina e 2 in Medio Oriente.  
«Le metrature», aggiunge Ruella, «saranno sempre più grandi, perché intendiamo offrire in modo adeguato tutte le categorie merceologiche, dall'abbigliamento alle borse e alle calzature, più i gioielli e gli orologi, ultimi nati, in un primo momento da uomo e ora anche da donna».  
Nell'esercizio fiscale al 31 marzo 2014 Dolce & Gabbana, puntualizza Ruella, «stima di raggiungere il miliardo di ricavi rispetto ai 950 dell'esercizio precedente: siamo ancora impegnati nel riassorbimento di

quel 40% di fatturato che derivava dalla collezione D&G». Infatti, al 31 marzo 2013 i ricavi consolidati erano a quota 1,22 miliardi, il record che l'azienda milanese si ripromette di raggiungere in novembre e poi superare al più presto. Al momento non ci sono invece aggiornamenti sul fronte del margine Ebitda, che nell'esercizio 2012-13 era stato del 20% (rispetto al precedente 25%).  
«A oggi», dice ancora Ruella, «abbiamo comunque una cassa molto buona: la posizione finanziaria netta è positiva per 476 milioni, il che ci consente di investire per mantenere e sviluppare il prestigio del posizionamento nel segmento del lusso, dove abbiamo recentemente debuttato nel hard luxury con gli orologi, sviluppati in-house con il meccanismo svizzero Bta, e nell'alta moda, giunta ormai alla terza collezione, con presentazioni esclusive a Taormina, Milano e Venezia».

## Anniversari. Il logo Trussardi ha 40 anni Un corto animato celebra il Levriero

**Giulia Crivelli**  
Per festeggiare i 40 anni del logo del Levriero, la famiglia Trussardi ha scelto una delle forme d'arte più contemporanee, il corto animato Sky Walker sarà proiettato domani in anteprima nel flagship store Trussardi di piazza della Scala a Milano. «L'idea è stata di mia sorella Gala, che ha pensato anche a James Lima come regista e al disegnatore giapponese Yuko Shimizu», spiega Tommaso Trussardi, coo del business moda, mentre la sorella Beatrice è presidente e coo del gruppo, nonché presidente della Fondazione Trussardi per l'arte. «Per me, mia mamma e le mie sorelle il logo ha un doppio significato: fu inventato da mio padre Nino nel 1973, quando decise che da marchio e azienda di guanti e pelletteria e valigeria saremmo diventati un vero e proprio lifestyle brand e venne organizzata la prima sfilata», spiega Tommaso. «Il Levriero rappresenta quindi il legame con mio padre e le sue intuizioni ma è anche il simbolo di una svolta di cui beneficiamo ancora adesso».  
I ricavi 2013 del gruppo Trussardi saranno di 137 milioni, in lieve calo rispetto al 2012, ma con una redditività migliore: «Stanno facendo», aggiunge Trussardi, «un accurato lavoro di pulizia del canale who-



**A Milano.** Un fotogramma del corto animato che sarà proiettato domani nel Flagship store Trussardi di piazza della Scala

## Hôtellerie Al Dom di Roma Cupolone e foto d'arte



**Cinque stelle.** Il ristorante del Dom Hotel di Roma

**Federico De Cesare Viola**

L'atmosfera di una nobile dimora privata e un'altare cosmopolita: questa la cifra scelta dall'architetto Antonio Garrani per il Dom Hotel, nuovo cinque stelle ricavato in un palazzo del 1600 della storica via Giulia, nel cuore della Roma aristocratica e papalina. Il progetto fonde con sapienza gli elementi originali - tra cui le decorazioni sacrali in marmo provenienti dalla Chiesa di Santa Lucia del Gonfalone - con architetture di design italiano e con arte contemporanea. La collezione di fotografie di Man Ray e Bert Stern.  
Nel ristorante, tra spezie veneziane e antichi chiosellieri, spiccano le tre seggiole originali di Andy Warhol "Ladies and gentlemen": il cocktail bar, con una bella carta di riviste vintage, è ispirato al mondo degli speakeasy. Per gli amanti del Champagne c'è invece la Dom Pirogion Privé, con tanto di menù dedicato a tutte le bottiglie della maison. All'ultimo piano la piccola biblioteca e una spettacolare terrazza di piante aromatiche, con bar e vista sul Gianicolo e sugli Stabbi Anagnini. Solo se le camere e suite (in categorie), tutte arredate con dettagli d'epoca, pavimenti in legno e tappeti in cashmere e seta. La più bella: La Dom suite, con un grande spazio all'aperto e una vista unica sulla cupola di San Pietro.