



Successo Il primo Starbucks coffee aperto a Parigi 10 anni fa

SFIDE LA PASSIONE PER I GRANDI MARCHI

Percassi e i brand Da Benetton al mito Starbucks

di **Donatella Tiraboschi**

La fortuna iniziò con Benetton, a breve ci sarà la sfida Starbucks, la più grande catena di caffetterie americana, che su Facebook piace a 36 milioni di utenti (clienti?) e sulla quale Antonio Percassi ha messo il suo personalissimo «like».

a pagina 8

Da Benetton alla sfida Starbucks Percassi e la passione per i marchi

Contatti con il colosso del «frappuccino», che punterebbe su Milano

In principio fu Benetton, a breve sarà Starbucks, la più grande catena di caffetterie americana, che su Facebook piace a 36 milioni di utenti (clienti?) e sulla quale Antonio Percassi ha messo il suo personalissimo «like». Come? Avviando dei contatti (e dei contratti) che, tra qualche mese, dovrebbero portare a Milano, nel cuore della city degli affari (come è nello stile della casa Usa), una location, un po' bar un po' luogo di ritrovo ad alto contenuto di riservatezza e tecnologia, dove parlare di affari o cliccare in Internet, gustando frappuccini assortiti (costo medio in America dai 3 dollari in su).

Il richiamo verso l'Italia della sirenetta a doppia coda, che campeggia nel logo verde-nero, vedrebbe — secondo quanto anticipato ieri dal Corriere — proprio nel presidente dell'Atalanta, un ruolo di «fran-

chising partner», come avvenuto per Victoria's Secret, aperto nel capoluogo lombardo in estate, in via Torino e in Corso Vercelli. Così, con l'apertura del primo store italiano Starbucks, che si andrà ad aggiungere agli oltre 22 mila coffee house, in 68 Paesi, Percassi metterà a segno un altro colpo commerciale della sua storia imprenditoriale, cominciata alla fine degli anni '70 con «L'Innominato», titolare di accordi in franchising con diversi brand per punti vendita; Nike, Levi'S, Polo Ralph Lauren, Tommy Hilfiger (dopo l'uscita nel maggio 2012 dal brand Guess e successivamente Ferrari).

Howard Schultz, patron di Starbucks, come Amancio Ortega, dunque? Nel 2001 la joint venture Percassi-Inditex, aveva fatto entrare nel mercato italiano il marchio Zara, con l'apertura del primo megastore a Milano, in corso Vittorio Emanuele-

le, seguito dagli altri store Zara e Zara Home, oltre che degli altri brand del Gruppo Inditex.

Sempre controllato da Odissea srl (la holding di Percassi che nel 2014 ha chiuso il bilancio con un utile di 17,8 milioni di euro), figurano Platinum (titolare di un accordo in franchising con Gucci) e Billionaire Italian Couture (lanciata nel 2005 da Flavio Briatore, dal 2007, joint venture al 50% col gruppo). Una lunga serie di marchi «gestiti». Ma ce ne sono anche di propri: in cima alla classifica la cosmesi, con Kiko Make Up Milano, catena del beauty che nel 2014 ha registrato un fatturato di 432 milioni in aumento del 3,4 per cento sul 2013 (per cui si vociferava da tempo uno sbarco in Piazza Affari), oltre a Madina, make-up e skin care femminile e Womo, nuova scommessa per un brand interamente dedicato all'uomo.

Donatella Tiraboschi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I brand globali



I primi passi

Antonio [Percassi](#) ha avviato i contatti con Starbucks, che lancerebbe così la sua sfida in Italia, patria dell'espresso



Già in porto

Quest'estate, grazie al gruppo [Percassi](#), [Victoria's Secret](#) (intimo donna) ha aperto due punti vendita a Milano



Il trampolino

È con Benetton, e in particolare con l'apertura di negozi nella Bergamasca, una delle prime joint venture di successo di [Percassi](#)

La scheda



● Il *Corriere* ha anticipato ieri la notizia dei contatti tra il gruppo [Percassi](#) e Starbucks

● L'accordo ufficiale per portare il marchio del frappuccino in Italia potrebbe essere siglato entro la metà del 2016