

Espansione

Luisaviaroma apre il primo store a New York

L'insegna luxury fiorentina, che punta a un 2023 in crescita del 15-18%, domani sera metterà in scena al Piazzale Michelangelo l'evento Runway icons con 2mila ospiti. L'opening del negozio in Usa è previsto a gennaio 2024 e rappresenta un'accelerazione sul mercato, che cresce a due cifre. **Matteo Minà (Firenze)**



Il negozio Luisaviaroma

Luisaviaroma cresce, apre uno store a New York, ed è pronto per il maxi evento Runway icons. Il luxury store fiorentino, domani sera alle ore 21.00, metterà in scena al Piazzale Michelangelo del capoluogo toscano, in occasione di **Pitti immagine uomo 104**, una sfilata multi-brand, alla presenza di circa 2mila ospiti. Durante lo show, concepito come quello organizzato a giugno 2019 nella stessa location, sfileranno oltre 50 marchi internazionali che porteranno in passerella outfit simbolo del loro heritage e del Dna contemporaneo. A indossare i look saranno i volti più influenti dell'industria della moda, con l'appuntamento che includerà anche una performance musicale, a cui seguiranno una cena esclusiva e un party. Per celebrare que-

sto evento, in collaborazione con *British Vogue* ed **Edward Enninful**, Luisaviaroma ha organizzato una serie di attivazioni nella città di Firenze che coinvolgono anche lo storico negozio. Le novità riguardano altresì gli investimenti nel retail. «Il prossimo gennaio apriremo il primo store Luisaviaroma negli Stati Uniti. Il negozio avrà sede in Bond Street, nel quartiere NoHo di Manhattan», ha annunciato a **MFF Alessandra Rossi**, ceo di Luisaviaroma. «La scelta dell'apertura negli Stati Uniti è uno dei punti della nostra strategia di sviluppo internazionale, all'interno della quale il mercato americano ricoprirà un ruolo sempre più importante». L'executive ha poi parlato delle strategie di sviluppo: «Per il 2023 ci attendiamo una crescita media totale del fatturato del 15-18% rispetto al 2022. Il

primo mercato per noi è l'Italia, che per l'anno in corso stimiamo al 22-25% del totale e, grazie all'aumentare della penetrazione internet degli ultimi anni e la presenza fisica in una piazza così importante come Firenze, le crescite sono state molto rilevanti e sempre costanti. In maniera leggermente inferiore vale anche per gli altri principali mercati europei come Francia, Spagna e Olanda». Gli Usa, secondo mercato per Luisaviaroma, negli ultimi tre mesi ha recuperato una crescita a doppia cifra. In generale, il contesto competitivo è sicuramente turbolento, con incertezza macro economica e aumento dei prezzi abbastanza diffuso nei brand del lusso, che rende ancora più importante focalizzare l'attenzione e gli investimenti su mercati e clienti target. (riproduzione riservata)

