

**CALZATURE DI LUSO**

# Il ritorno di René Caovilla «Sono di nuovo in azienda pronti a crescere del 30%»

Nicola Brillo / VENEZIA

«Lo scorso anno ho ripreso in mano l'azienda in prima persona: ho cambiato la parte creativa della maison, la comunicazione e la parte commerciale: tre cose fondamentali in un'azienda di moda, inserendo nuove professionalità. Ed ora i frutti si vedono». René Caovilla guida l'azienda che ha fatto la storia della calzatura di lusso al livello internazionale, le sue scarpe sono indossate dalle star di tutto il mondo. «A febbraio dello scorso anno ho riorganizzato l'azienda - aggiunge il presidente, che ha 84 anni -. Lo dovevo fare prima». E i numeri danno ragione a René Caovilla, che stima un crescita del fatturato tra il 20 e il 30% quest'anno, nonostante le difficoltà economiche a livello internazionale.

Mentre lo scorso anno il fatturato si è chiuso con una crescita del 20% sul 2020 (il bilancio depositato era stato di circa 26 milioni). Le opere d'arte create nella fabbrica all'interno della villa palladiana lungo la Riviera del Brenta per il 95% vanno all'estero, i principali mercati sono gli Stati Uniti, Cina e mercato arabo. «Le nostre clienti sono donne facoltose, che cercano un sogno calzando le nostre calzature - spiega Caovilla - è da una vita che mi dedico a questo e sono ancora qua».

La Maison Caovilla è stata fondata da Edoardo Caovilla, padre di René Fernando Caovilla, nel 1934 a Fiesso d'Artico. Nel 1955 René torna da Parigi e Londra dove studia designe prende le redini dell'azienda all'inizio degli anni Sessanta. Affascinato dal mondo dell'Haute Couture, ha unito la maestria artigianale di suo padre con la sua abilità artistica e innovazione, incorporando pietre

preziose, perline, strass e tessuti di lusso nei suoi modelli. E il successo internazionale arriva negli anni successivi. Nel 1999 l'azienda apre la sua prima boutique monomarca nel famoso Triangolo d'Oro di Milano, seguita da negozi a Parigi, Venezia, Londra, Dubai, Doha, Taipei, Pechino, Miami, Las Vegas, Macao. Ed è al mondo che guarda la maison veneziana. Oggi la rete retail di René Caovilla conta 14 negozi e 115 locali multimarca di alta gamma. «Abbiamo in programma aperture di due nuovi negozi in Usa, due nei Paesi arabi e tre in Cina - aggiunge Caovilla - sono questi i mercati che crescono maggiormente nel lusso e vogliamo esserci».

Sul fronte retail il brand veneziano prevede di ampliare la sua rete wholesale, aggiungendo nuovi partner in linea con l'esclusività della maison, soprattutto in nuovi mercati emergenti. In agenda per il 2022 l'apertura di due boutique monomarca, una a Ho Chi Minh (Vietnam) e l'altra a Chengdu (Cina). Poi nuove aperture in programma per il 2023 in Asia, Medio Oriente e Stati Uniti. Senza scordare l'Italia, con il quartier generale nei tre piani di un edificio in piazza San Babila a Milano. Lì durante la Settimana della moda si tengono gli eventi e le sfilate delle creazioni firmate Caovilla. Intanto la boutique a Venezia, in occasione della 59° edizione della Biennale d'arte, si trasferirà in uno spazio più ampio di Calle Larga XXII marzo. La maison veneziana non dimentica l'e-commerce, grazie al quale punta a trovare nuovi consumatori. Con investimenti sui canali digital prevede quest'anno un aumento del 30% delle vendite. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



René Caovilla

