

Luisa Spagnoli cresce del 13% e punta sul Medio Oriente

Strategie

Negozi negli Emirati

Chiara Beghelli

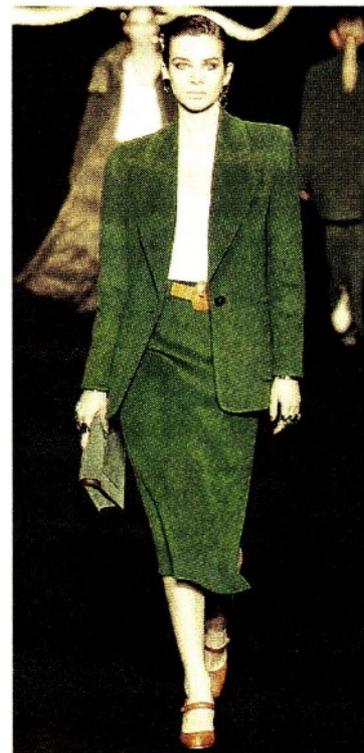
Esperimento è totalmente riuscito: «In realtà è stato mio figlio Nicola a insistere perché organizzassimo la prima sfilata a Milano, due anni fa - racconta **Nicoletta Spagnoli**, ad e direttrice creativa dell'azienda di famiglia, fondata dalla bisnonna Luisa nel 1928 a Perugia -. Noi eravamo sempre stati un marchio con un profilo basso, molto legato alle sue clienti fidelizzate. Ma oggi, oltre alla qualità, devi puntare anche sulla comunicazione, ed essere presenti nel calendario delle sfilate ci ha portato molte nuove clienti, più giovani, che entrano nei negozi chiedendo proprio i look visti in passerella». Anche perché ciò che sfilata è ciò che realmente si può indossare: «Il nostro non è un evento a effetto - prosegue l'imprenditrice, alla guida dell'azienda dal 1986 -. E anche per la PE 2024 (la sfilata è in calendario domenica 24 settembre, *nda*) proporremo un collezione molto ricca, pensata come sempre per una donna sofisticata, elegante e con personalità, che ama la tradizione e la contemporaneità. Ci sarà certo la maglieria, che è nel nostro Dna, è quello con cui siamo nati, rivisitata come alta sartoria, con lavorazioni particolari e diverse finenze che raggiungono le trasparenze. Le classiche giacche di lino sono abbinate a short e gilet colorati, e il cotone che diventa elegante su gonne plissé e camicie romantiche. Molti ricami e molto gusto per il colore, che ci caratterizza».

08865

Uno stile concreto e creativo insieme che funziona: «I nostri dati sono molto buoni - aggiunge -: nei primi otto mesi di quest'anno abbiamo registrato un incremento delle vendite del 13% rispetto allo stesso periodo del 2022. In Italia questa crescita è stata dell'8%, mentre ben del 65% all'estero, dove stiamo puntando particolarmente con nuove aperture in mercati strategici, soprattutto in area medio-orientale: a fine settembre apriremo un negozio a gestione diretta nel Dubai Mall, e nel 2024 inaugureremo ad Abu Dhabi. Ma ci saranno nuovi negozi anche ad Anversa, in Belgio, in novembre, e sempre il prossimo anno a Spalato, in Croazia, e in Montenegro».

La capillarità dei negozi Luisa Spagnoli - 140 circa a gestione diretta, 50 all'estero e oltre 100 multi-brand - ha creato una sorta di peculiare geografia del marchio, con i punti vendita che diventano riferimenti per le clienti di diversi Paesi: «Abbiamo riscontrato che le clienti che compravano inizialmente in Medio Oriente continuano a venire nei nostri negozi anche quando sono in Italia - prosegue Spagnoli -. Per noi la presenza fisica è cruciale, investiamo da tempo nel proporre servizi, direi quasi per coccolare le nostre clienti, per esempio tramite il click and collect ma anche la possibilità di riservare un appuntamento». Tuttavia, stante il primato del canale fisico, anche l'e-commerce (un altro progetto seguito da vicino dalla nuova generazione della famiglia) sta crescendo con soddisfazione: «Negli ultimi anni è cresciuto sempre a due cifre, nei primi otto mesi abbiamo registrato un +31% rispetto al 2022», conclude.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Colore in primo piano.

Un look della collezione Luisa Spagnoli per l'AI 23-24

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 8865 - L.1603 - T.1623



Superficie 18 %