Autunno 2023

ANNO 54 - N°3 - 12 EURO

fashion

STRATEGIA, INNOVAZIONE E MERCATI

GOLDEN GOOSE
Il ceo espone i driver di una crescita annunciata 6

COSTI DI ACQUISIZIONE
Come conferire il tocco vincente al marketing mix 20

WOMEN IN TECH
Non c'è trasformazione senza gender equality 32

EXPORT BOOM
Le mete migliori per il made in Italy 61

DARE FORMA AL SOGNO GLOBALE

Il valore profondo dell'heritage europeo

Cover: BALMAIN

Poste Italiane S.P.A. – Spedizione in abbonamento postale – D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 N.46) Art. 1, Comma 1 Lom/Mi/1769

ISSN 1122-6544

EDIZIONI ECOMARKET SPA

POKER DI OPENING

Da Napoli a Taipei: espansione retail per il Gruppo Piquadro

La strategia punta anche sul travel retail, con l'opening all'aeroporto di Francoforte. Palmieri: «Aperture strategiche sotto ogni punto di vista»

Il **Gruppo Piquadro** dà il via all'ultimo quarter del 2023 con molti progetti al via nel campo del retail. A inizio settembre hanno aprono i battenti quattro nuove boutique, due per il marchio Piquadro, una per **The Bridge** e una "bi-brand" per entrambi i marchi. «Siamo molto fiduciosi per queste nuove aperture, assolutamente strategiche sotto ogni punto di vista», commenta **Marco Palmieri**, presidente e amministratore delegato del Gruppo Piquadro. Lo store Piquadro a Francoforte è posizionato all'interno del Terminal 1, Area Non-Schengen dell'aeroporto, con un focus sempre più mirato sul travel retail. Il secondo è il punto vendita The Bridge a Bologna. Lo spazio, situato nell'edificio dell'Archiginnasio (che ospita anche l'antico Caffè Zanarini), si articola su due piani affacciati su piazza Galvani, nel cuore della città. In più è stata avviata una nuova boutique a insegna Piquadro in via Filangieri 20 a Napoli e un bi-brand Piquadro-The Bridge nel department store Uni-president di Taipei. Quest'ultimo, declinazione del format ormai rodato sia con negozi full price che con outlet, rappresenta un nuovo, importante passo nella penetrazione dell'Estremo Oriente da parte del gruppo, già presente con tre negozi Piquadro a Taiwan e nove della **Maison Lancel** in Cina.

Brooks Running punta sull'innovazione green

Con il modello **Ghost 15 Green Silence** l'azienda di calzature **Brooks Running** segna una tappa importante nella transizione verso l'obiettivo delle zero emissioni di carbonio per il 2040. Uno dei modelli più amati dai runner a livello mondiale si propone ora presentando una quantità maggiore di tessuti tinti in pasta e di materiali riciclati, in termini di peso, rispetto a qualsiasi altra scarpa della gamma Brooks. Il brand si è posto infatti fra gli obiettivi green quello di incorporare il 50% di materiale riciclato o di origine biologica in tutti i componenti utilizzati nella sua linea di prodotti entro il 2030. Sforzo che sta portando a ridurre le emissioni di gas serra del 5% rispetto al precedente modello di Ghost 15, equivalente a sei bottiglie di plastica. La proposta ecofrendly è disponibile da questo mese in esclusiva nei punti vendita **Cisalfa**.

YC WHYCI for *fashion*

YC WHYCI, LA LINEA MADE IN ITALY DI LT.BO, CONTINUA A CRESCERE

Il marchio di womenswear, fondato nel 2013, prosegue la sua espansione spingendo sui mercati esteri e potenziando la rete di monomarca. Alle boutique di Milano e Portofino si è aggiunta quella di Castelfalfi.

YC WHYCI è una linea Made in Italy, con sede produttiva a Gallarate, nata nel 2013. YC WHYCI è sinonimo di un brand di womenswear, specializzato in collezioni capaci di nobilitare filati e fibre e caratterizzato da proposte capaci di durare nel tempo: un marchio altamente esclusivo, che si rivolge a una clientela di fascia alta. LT.BO è la società proprietaria di YC WHYCI. La famiglia al timone di LT.BO ha un forte heritage nella moda: Paolo Turri, founder e ceo, nel 1988 rilevò con la madre l'azienda, nata negli anni '40 dal nonno. La moglie di Paolo, Elena, ha contribuito a internazionalizzare il brand, espandendosi nei mercati del Giappone, degli Stati Uniti e dell'Europa. Conoscendo molto bene i tessuti ed i filati, LT.BO crea collezioni che si sposano bene con i gusti dei vari mercati. In tutti i processi produttivi si avverte una forte attenzione all'ambiente, riducendo al minimo i trasporti e realizzando collezioni con materiali tecnici e fibre naturali. A ulteriore conferma dell'esclusività delle collezioni e dei target ai quali si riferiscono spiccano gli opening di alcuni monomarca YC WHYCI nelle location più elitarie del mercato italiano. Nel 2017 è stato avviato il monomarca in Via Fiori Chiari a Milano, nel cuore pulsante di Brera, ma va menzionata anche l'apertura di un altro monomarca a Portofino, perla della riviera ligure e meta del jet set internazionale. Continuando la sua espansione retail verso luoghi esclusivi, focalizzandosi su una clientela sofisticata, YC WHYCI ha deciso di inaugurare la sua terza boutique monobrand in Toscana, nel borgo Medievale di Castelfalfi. Lo spazio si trova all'ingresso del borgo, sulla via principale che porta al castello, e si affaccia su strada con tre vetrine.