

Progetti

# Uniqlo apre a Milano

Il brand giapponese inaugurerà nel 2019 il suo primo store in Italia, con 2.500 metri quadrati su tre piani. **Elisabetta Campana**

Dopo un susseguirsi di annunci e smentite, arriva la conferma. **Uniqlo**, insegna ammiraglia del gruppo nipponico **Fast Retailing** da 14 miliardi di euro, aprirà il suo primo punto vendita italiano a Milano, in piazza Cordusio 2. I lavori di ristrutturazione dell'intero palazzo, costruito nei primi del Novecento su progetto di **Francesco Bellorini** e **Ippolito de Strani**, sono già partiti a cura di **F&M ingegneria**. Come risulta a **MF** il brand giapponese inaugurerà il suo flagship di quasi 2.500 metri quadrati, sviluppati su 3 livelli, nella primavera 2019. Al momento non è noto come lo store verrà personalizzato, ma senza dubbio per il debutto nella capitale della moda italiana Uniqlo, che dopo **J. W. Anderson** ha coinvolto **Tomas Maier**, direttore creativo di **Bottega veneta**, per realizzare una collezione ad hoc in vendita questa estate (vedere **MF** del 21 febbraio), punterà a un format innovativo. La riqualificazione del building di 7 piani, di cui uno interrato, che nel 2016 è stato rilevato da **Bvk high street retail Cordusio** sotto la gestione di **Hines Italia**, che lo ha acquisito per 130 milioni di euro, rientra in un più ampio processo di valorizzazione del centro storico del capoluogo lombardo: l'obiettivo è trasformare piazza Cordusio da centro finanziario a punto di riferimento per lo shopping, la ristorazione e il tempo libero. Proprio di fronte a Uniqlo, è in atto il restyling del-

lo storico **Palazzo delle Poste**, acquisito dal gruppo americano **Blackstone** per 130 milioni di euro, che, nell'autunno 2018, vedrà l'esordio del nuovo concept store **Roastery** di **Starbucks** a Milano, di 2.400 metri quadri, a opera del gruppo **Percassi**, partner italiano della catena di caffetterie di Seattle. Per quanto riguarda invece **Fast Retailing**, che per il 2019 ha annunciato anche lo sbarco in India, non stupisce che



La prossima sede di Uniqlo a Milano, in piazza Cordusio

continui a scommettere su Uniqlo. Il gruppo nipponico ha infatti archiviato il 2017 con un turnover in crescita del 4%, a quota 1.862 miliardi di yen (14 miliardi di euro) e profitti netti a 895 milioni. A trainare i conti è stato Uniqlo, con un giro d'affari da 708,1 miliardi di yen (circa 5,32 miliardi di euro) sui mercati internazionali (+8,1%) e di 810,7 miliardi di yen (circa 6,1 miliardi di euro) su quello domestico. (riproduzione riservata)

## Iniziativa

### Parigi, Galeries Lafayette si lega a moda e arte con Anticipations

Aprirà al pubblico sabato 10 marzo nel Marais, uno dei quartieri più blasonati di Parigi, il nuovo spazio **Lafayette Anticipations** (nella foto). Un edificio di 2200 metri quadrati ridisegnato dallo studio **Oma** e **Rem Koolhaas**, autore della **Fondazione Prada** di Milano.



Pensato nel 2011 dal 36enne **Guillaume Houzé**, discendente del fondatore dei grandi magazzini e appassionato collezionista, lo spazio ospiterà la **Fondation d'entreprise Lafayette**, iniziativa simile a molte altre presenti nella Ville Lumière, delle quali la più celebre è probabilmente la **Fondation Cartier**. La prima exhibition sarà dedicata all'artista statunitense **Lutz Bachek** e resterà aperta fino al 30 aprile. Oltre all'arte e al design, il nuovo spazio ospiterà anche eventi legati alla moda. La selezione di queste presentazioni fashion è affidata a **Li Edelkoort**, la trend forecaster olandese nota per le sue posizioni radicali sul fashion system, la cui carriera è partita molti anni fa nel department store **Amsterdam De Bijenkorf**. Tra i primi creativi provenienti dal mondo della moda a presentare alcune realizzazioni nel nuovo luminoso edificio del Marais, figurerà **Tarik Kiswanson**, che ha lavorato in passato con **Nicolas Ghesquière**. L'edificio ristrutturato da **Koolhaas** era occupato in precedenza da un altro grande magazzino, il **Bhv-Bazar Hotel de ville**. (riproduzione riservata) **Tommaso Palazzi**

Interviste

## Genny mette il turbo al segmento beauty

Secondo profumo con **Coswell** per il brand, che scommette sempre più nella cosmetica. Prossimo step il lancio di una linea di make up. **Paola Gervasio**

Nuova fragranza per **Genny**. Lo storico brand di prêt-à-porter, fondato da **Donatella Girombelli** nel 1962 e oggi in mano al gruppo veronese **Swinger international**, ha appena presentato la nuova eau de parfum **Genny platinum**, messa a punto dal direttore creativo della maison, **Sara Cavazza Facchini** insieme alla licenziataria **Coswell**, azienda bolognese che con la sua divisione **Eurocosmesi** sviluppa e commercializza in tutto il mondo prodotti nei segmenti dei profumi e della bellezza. **Genny platinum** è la seconda fragranza lanciata in sei mesi con **Coswell**, dopo l'eau **My Genny** presentata lo scorso settembre. Un'accelerata nel mondo beauty per il brand, che scommette su questo nuovo segmento, come ha spiegato a **MF** **Sara Cavazza Facchini**.

**Due profumi in sei mesi. Perché?** Le fragranze sono uno strumento per avvicinarci di più alle donne. Allo stesso tempo le donne, attraverso un profumo, capiscono meglio lo stile e la filosofia di un brand. È per questo che ci siamo avvicinati molto a questo mondo. **Che differenze olfattive ci sono tra le due eau?**

**My Genny** è fresca e leggera, **Genny platinum** ha più carattere. È un profumo con il quale voglio parlare di eleganza, femminilità e sensualità. Ho tradotto questo attraverso le note dolci e fiorite dell'iris, della violetta e della rosa. Per dare carattere ho puntato sui sentori profondi del sandalo e dell'ambra.



Il nuovo Genny platinum

**Quando e come sarà distribuito Genny platinum?**

Sarà in vendita già dai prossimi giorni nelle migliori profumerie in tutto il mondo, puntando soprattutto sui mercati di riferimento del brand che sono Italia, Medio Oriente, Russia e Stati Uniti.

**Ci sono nuovi progetti in vista nel mondo beauty?**

Adoro il make up. Un filo di fard e un gloss fanno apparire una donna subito in ordine e luminosa. Un rossetto o una maschera possono svoltare la giornata. Quindi sì, stiamo valutando anche questo nuovo ambito della cosmetica.

**A oggi quanto incide il fatturato delle fragranze sui ricavi globali?** Siamo ancora all'inizio, quindi vale circa un 5% del nostro giro d'affari. Ma l'obiettivo è di arrivare al 10% solo con le fragranze. (riproduzione riservata)

Ricerche

## TESSILE MODA, 2017 IN SALITA DEL 2,4%

Previsioni positive anche per la prima metà del 2018. È quanto emerge dai dati presentati all'assemblea annuale di **Smi**

Il made in Italy del tessile moda cresce e lo fa meglio del previsto. Nel 2017 l'aumento del fatturato, infatti, si è attestato sul 2,4% rispetto alla stima, diffusa a giugno, che prevedeva un progresso dell'1,8%. Tradotto in valori, significa che nell'anno appena concluso il turnover settoriale passerà a 54,1 miliardi di euro, guadagnando oltre 1,2 miliardi rispetto al consuntivo del 2016. Secondo l'ufficio studi di **Confindustria moda**, che ha elaborato insieme all'università **Liuc** i dati preconsuntivi presentati all'annuale assemblea di **Sistema moda Italia** che si è tenuta ieri a Palazzo Mezzanotte, entrambi i macro comparti hanno registrato tassi di crescita significativi: +2,1% il monte e +2,9% la parte a valle. Il risultato più che positivo riflette gli effetti del dinamismo del commercio internazionale avvenuto lo scorso anno e infatti l'export ha migliorato sensibilmente la percentuale di crescita rispetto al 2016: allora l'incremento era stato dell'1,7% e nell'ultimo anno dovrebbe attestarsi sul 3,5%, con uno sprint soprattutto nell'ultima parte dell'anno. Per quanto

riguarda il 2018, il turnover nei primi sei mesi è previsto in aumento del 2,6% con un export a +3,1%. Uno scenario positivo al quale però serve un appoggio concreto da parte del prossimo esecutivo, ovvero «incentivi internazionali per il made in Italy e il proseguimento di **Industria 4.0**». È l'augurio del neopresidente di **Sistema moda Italia** **Marino Vago** che ha ricevuto ieri il



Marino Vago, presidente Smi

testimone dal presidente uscente dell'associazione di categoria del tessile moda, **Claudio Marenzi** (alla guida nella neoeletta **Confindustria moda**) in occasione dell'assemblea annuale alla quale ha partecipato anche il presidente di **Confindustria**, **Vincenzo Boccia**. Accanto al neopresidente, faranno parte del nuovo consiglio direttivo in carica fino al 2021, **Sergio Tamborini** in qualità di vicepresidente e vicario con delega alla politica industriale, **Andrea Taborelli** come vicepresidente tesoriere che si occuperà anche di tracciabilità e filiera, **Ercole Botto Poala** con delega alle manifestazioni fieristiche, **Roberto Grassi** referente alle sezioni merceologiche e **Carlo Palmieri** con delega per il Mezzogiorno. (riproduzione riservata) **Milena Bello**