

LIFESTYLE

ottobre

5 sensi in vetrina

Come nasce un concept store? Lo chiediamo ad Andrea Panconesi, titolare di Luisaviaroma, punto di riferimento per la moda a Firenze.

“Una volta, per soddisfare i consumatori più esigenti, era sufficiente proporre dei buoni prodotti e dei servizi di qualità. Oggi non basta, poiché c'è l'aspettativa di un'esperienza più globale, delle sensazioni, delle emozioni nuove che noi proviamo a trasmettere mischiando shopping e intrattenimento - chiamiamolo 'showpping' - filtrato da arte, e cultura, il tutto in chiave moderna e digitale”.

Si vende di più in questo modo?

“Ovviamente. Tutto questo si traduce in vantaggi commerciali di comunicazione e di immagine. Certo, ci vuole vocazione verso la ricerca e il nuovo. E personalità”.

Un esempio di cui è orgoglioso?

“Durante le ultime edizioni del Pitti Uomo, Luisaviaroma ha cambiato scenario con delle installazioni-eventi in collaborazione con l'artista Felice Limosani: 'Fiori e cioccolato' e 'Baciarmi di più' hanno coinvolto anche i visitatori più esigenti”.

Cosa bisogna mettere in vetrina?

“Per vent'anni abbiamo fatto vetrine-spettacolo. Adesso, la nostra vetrina è affacciata sul mondo. I nostri eventi o show continuano a vivere in luoghi diversi, legati all'arte e alla cultura come lo Sketch di Londra o La Notte Bianca di Roma. E altri ne stiamo progettando”.

Divina Argento

Dove osa