



MASSIMO BONINI

un nuovo spazio in via Montenapoleone 3 e un negozio appena avviato a hong kong - la massimo bonini allarga gli orizzonti ed è pronta a uno sviluppo internazionale - gli obiettivi? ambiziosi: raggiungere quota 35 store in tre anni - ma è solo il primo step

Dal TRADE al RETAIL

di Angella Tuvazzi

L'inaugurazione ha avuto un successo incredibile, si è trattato di un grand opening al quale sono intervenuti numerosi personaggi di spicco". Parla in toni entusiastici, Massimo Bonini, del suo primo flagship store aperto lo scorso 22 agosto nell'ex Celeste Impero, esattamente a Hong Kong. Una sorta di doppio debutto, perché con questo mono-multimarca la società milanese ha dato ufficialmente il la a una nuova "business-unit", avanzando nell'universo retail. Ma partiamo dall'inizio. Massimo Bonini Showroom è una realtà che sin dagli anni Ottanta ha scommesso sugli accessori. L'indirizzo della sede principale, via Montenapoleone 2, costituisce un punto di riferimento per i buyer aficionados di collezioni di alta gamma, dal forte accento sulla creatività e un legame indissolubile con la qualità made in Italy. Ed è proprio da quest'expertise affinatasi grazie allo stretto contatto con il trade che piano piano è maturata l'idea di saltare anche dall'altra parte della barricata, trasformandosi in retailer. Lo spazio di Hong Kong è infatti solo un assaggio del piano di espansione a cui pensano i titolari dell'agenzia, che vorrebbero presto conquistare altre bandierine prestigiose sulla scacchiera dello shopping internazionale. Gli obiettivi sono ambiziosi se si pensa al concept dello store avviato in Oriente e che sarà replicato anche altrove: circa 200 metri quadri di superficie espositiva firmati dall'architetto Carlo Colombo, una ventina di marchi deluxe (destinati a crescere), una scenografia a fare da sfondo come il The Lee Gardens, in Causeway Bay, dove entrando e uscendo da negozi e ristoranti alla moda si dà appuntata-



mento l'élite locale. "Questa boutique costituisce il primo step di un progetto di sviluppo più ampio, che stima di raggiungere 35 punti vendita nell'area asiatica entro i prossimi tre anni", dichiara infatti Massimo Bonini. A essere toccati non saranno solo centri-simbolo come Shanghai e Singapore (che ospiteranno i multimarca della realtà meneghina entro il 2012), ma anche città fondamentali per il business e la propria brand visibility, come Pechino, Macao e Giacarta. Un trampolino di lancio per migrare e conquistare poi anche altri

lidi commerciali, "in primis la Russia e i Paesi Arabi - precisa Bonini - con i quali siamo già in trattative".

Via Montenapoleone: non c'è 2 senza 3

I forti investimenti in Cina non distraggono però Massimo Bonini dall'impegno in patria, esattamente in via Montenapoleone a Milano, dove di fronte alla sede al civico 2 (di circa 700 metri quadri) è appena stata inaugurata un'altra location, che adatta il concept ideato da Carlo Colombo per il negozio di Hong Kong a un ambiente "molto signorile e raffinato, con soffitti alti e una corte interna suggestiva", spiega orgoglioso l'imprenditore. Che rimarca: "Le collezioni hanno sempre più bisogno di spazi ampi, dove abbiano modo di esprimere la loro singolare personalità". Ecco allora che ad abitare un'area di 400 metri quadri arrivano una decina di collezioni, dove spiccano nomi maschili ospiti in stanze dedicate e new entry come Diego Dolcini, Celestina e Coyo Nokes.

COCKTAIL DI BENVENUTO

Spazio a Diego Dolcini e Coyo Nokes

Sarà il fashion week milanese la prima occasione per svelare al pubblico degli addetti ai lavori la nuova showroom di via Montenapoleone 3 a Milano. Due eventi si trasformeranno infatti in festa di benvenuto per due ingressi recenti nella "famiglia" di Massimo Bonini Coyo Nokes e Diego Dolcini. Ad accogliere le collezioni della primavera-estate 2012 della designer americana, che ha lanciato il proprio marchio nel 2009 puntando sul plus di una produzione italiana, sarà un cocktail mercoledì 21 settembre, durante il quale si potranno ammirare le sculture dall'artista Maria Lambertini. Promette di essere un happening esclusivo anche quello organizzato in tandem con Diego Dolcini, che negli spazi di Montenapoleone 3 presenterà, oltre all'offerta per la prossima stagione estiva, anche cinque modelli-scultura che non mancheranno di catalizzare l'attenzione di buyer e stampa.

a.t.

In alto, Massimo Bonini. A destra, un rendering del nuovo spazio appena aperto al civico 3 di via Montenapoleone, di fronte alla sede principale