

PANORAMA

PIACERI_NUOVE APERTURE



SPIRITO SPORTIVO CON TOCCHI FASHION

Il brand Plein Sport inaugura il suo primo negozio italiano all'interno del centro commerciale OrioCenter. Previsti altri 50 store nel mondo entro l'anno e 300 in tre anni.

di Antonella Matarrese

Definirla una seconda linea sarebbe improprio: Plein Sport è un brand che parte da un'idea di abbigliamento e business molto diversa rispetto al credo estetico di Philipp Plein e se ne distacca soprattutto a livello di pubblico.

«Va precisato che Plein Sport è un marchio sportivo legato, quindi all'aspetto tecnico dei materiali: non utilizza pelle, non ci sono borchie, non prevede sete e lustrini» conferma il fondatore e ideatore del brand Philipp Plein, durante l'apertura del primo store Plein Sport italiano a prezzo pieno (gli altri sono outlet) all'interno del mall OrioCenter: uno dei più grandi centri commerciali del nostro paese, collegato all'aeroporto internazionale di Orio al Serio, di Bergamo.

Cento metri quadrati di shop con allestimenti in metallo nero e vetri che evidenziano una collezione di t-shirt, tute, pantaloncini e sneaker dalle forti caratteristiche ginniche, ma senza tradire l'«appeal fashion». Naturalmente non manca la linea di occhiali da sole e da vista, dal forte impatto estetico, realizzata con De Rigo sotto la direzione

creativa di Enrico Furlan, già creativo del gruppo.

«È una collezione più democratica, per un pubblico ampio: non ha la barriera dello stile per via della sua natura sportiva e neppure quella dei prezzi perché ha un posizionamento medio-alto. I negozi Plein Sport, che abbiamo intenzione di aprire, non soffriranno delle limita-



A sinistra e in basso, l'interno e l'esterno del Plein Sport store a OrioCenter. Sotto, il designer e imprenditore Philipp Plein.



zioni di location e posizionamento dei brand di lusso. Saranno tutti all'interno di importanti centri commerciali com'è avvenuto, per esempio, a Madrid, a Barcellona e a Las Vegas» spiega Carmine Rotondaro, business advisor del gruppo Philipp Plein con sede a Lugano.

La mission è quella di aprire 50 punti vendita nel mondo entro l'anno, dei quali due in Italia (l'altro, oltre a quello di OrioCenter, sarà dentro il centro commerciale Euroma2), e 300 in tre anni. «Ma non tutti saranno diretti, abbiamo già dei partner in Corea, Romania, Kosovo e Paesi arabi, e questo vuol dire che il brand mostra molto potenziale d'espansione» conclude Rotondaro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

