

MF fashion il primo quotidiano della moda e del lusso Anno XXXI n. 173

Direttore ed editore Paolo Panerai - Direttore Stefano Roncato

04.09.24

ONLINE SU MFFASHION.COM  
LE GALLERY FOTOGRAFICHE  
DELLA COUTURE F-W 2024/25

MF  
f a s h i o n

# Luisaviaroma punta su New York

«Gli Usa sono il nostro primo mercato», spiega a MFF il ceo Tommaso Maria Andorlini. Che stasera inaugura il flagship da oltre 1.000 metri quadrati in Bond street, nella Grande mela. «Interagire con il fisico è una componente importante della strategia» per l'e-tailer partecipato da Style capital. «Chiuderemo l'anno a 340 milioni di ricavi»

«**P**untiamo a chiudere l'anno a livello di gruppo attorno ai 400 milioni di euro di gmv-gross merchandising value, circa 340 milioni di fatturato», spiega a MFF il ceo Tommaso Maria Andorlini. «Al di là della leggera crescita del giro di affari sul 2023, nell'ordine del 5-10%, l'ebitda sarà positivo e abbiamo avviato un grande lavoro di razionalizzazione per arrivare a un business

sostenibile. Gli Stati Uniti hanno superato l'Italia e sono diventati il primo mercato. Qui siamo cresciuti oltre il 50% in un anno». L'e-tailer fiorentino è stato pioniere nell'e-commerce di moda grazie alla visione di Andrea Panconesi (vedere timeline a pagina II). Dal 2021 la società è partecipata da Style capital di Roberta Benaglia, che con una quota del 32% esprime però la maggioranza dei diritti di voto. Andorlini, entrato lo

scorso anno, detiene ora l'8% e ha contribuito alla creazione del Lvr group, che oltre alla realtà ammiraglia incorpora Holding It, gruppo che fa capo ad Andorlini e che detiene il 100% delle quote della società retail Playground (con una rete di negozi luxury-sportswear a marchio Soff) e della società Ffw, provider per lo sviluppo di servizi e-commerce per il settore lusso. Il manager

continua a pag. II

segue da pag. 1

traccia per MFF i piani di crescita e un quadro dell'e-commerce di moda e lusso dopo i casi Farfetch e Yoox-net-a-porter.

**Ora che Ynap e Farfetch sono in difficoltà, qual è il ruolo dell'e-commerce fashion?**

Nel nostro mondo ora vedo tre tipi di player: i marketplace, che possono giocare sul prezzo; i monobrand, gestiti direttamente dalle maison; e i multibrand come noi, che possono offrire un servizio più efficace ai clienti che puntano ad avere una proposta di total look composto da una selezione di più brand.

**Quanti sono i vostri clienti al momento? E come li fidelizzate?**

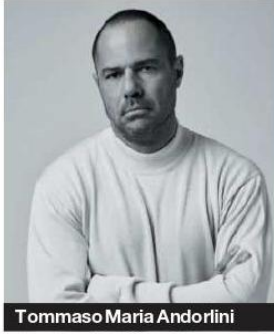
Abbiamo circa un milione di clienti attivi con uno scontrino medio importante. Il che naturalmente presuppone un database di almeno 3 o 4 milioni di clienti accumulati negli anni. Offrire loro esperienze fisiche, in suite per vip customers, come la Lvr suite di via Spadari a Milano, sarà sempre più parte della strategia.

**Aprirete nuovi store fisici?**

Nell'immediato non saranno flagship come a New York, ma delle suite private in cui ospitare i nostri migliori clienti, in alcune delle città più rilevanti, così come già realizzato a Milano. Siamo sempre più convinti che l'esperienza tra reale e virtuale sia un punto di forza fondamentale, soprattutto per un'azienda come Lvr che ha fatto la storia del retail, nel settore del lusso, con oltre 100 anni di storia.

**L'ingresso di Style capital mirava anche alla quotazione. Un progetto ancora valido?**

Non nell'immediato, considerando che i nostri principali competitor quotati in borsa hanno perso, dal 2021 a oggi, gran parte del loro valore di capitalizzazione. Il nostro obiettivo



Tommaso Maria Andorlini

è quindi di continuare a sviluppare il core business e lavorare su nuovi progetti strategici.

**Tra le iniziative forti volute da Andrea Panconesi, ricordo le sfilate con styling di Carine Roitfeld o Edward Enninful. Continuerete?**

Lanciamo in questi giorni la Lvr digital runway. Un concept nuovo, in linea con quanto fatto in passato: una sfilata digitale che ha visto come protagonista la top model **Mariacarla Boscono**. Rispetto alle nostre sfilate passate, ora l'idea alla base del progetto è quello di mixare i brand nel total look di sfilata con uno styling 100% by Lvr, facendo leva sul nostro punto di forza: la capacità di selezionare e mi-

xare brand affermati con brand up and coming. L'obiettivo del progetto è coinvolgere la nostra user base nella sfilata, non solo come soggetti passivi che visualizzano un contenuto video, ma utenti che possono interagire con il video stesso e comprare in real time i prodotti che sfilano.

**Questa sera a New York l'inaugurazione dello store attirerà una serie di personalità?**

Abbiamo scelto di aprire in un building iconico, con neighbours come **Kirsten Stewart** e **Gigi Hadid**... New York da sola ci porta quasi il 25% di vendite. L'experience è una componente essenziale della strategia. E il servizio ai nostri clienti più fedeli.

**Per restare competitivi nell'e-commerce di lusso, settore oggi in sofferenza, quali strategie vinceranno?**

Credo che un fattore chiave per rimanere competitivi sul mercato sia quello della curation, dello styling nella selezione dei brand proposti nei nostri store, fisici e virtuali ed essere sempre on time con la selezione dei prodotti.

**Cosa c'è nel vostro futuro?**

Il nostro futuro prevede un percorso di evoluzione da player retail a gruppo industriale.

## DA FIRENZE ALL'E-COMMERCE, LUISA VIA ROMA IN 8 DATE CHIAVE

FINE 1800

La designer di cappelli francese Luisa Jaquin apre una boutique di cappelli in paglia a Parigi.

1929

La figlia Olga sposa Lido Panconesi; insieme aprono la boutique Luisa a Firenze.

1968

Andrea Panconesi, nipote di Luisa, inizia a lavorare come buyer. Negli anni 80 Panconesi è uno degli apripista del buying in Italia. Primo a fotografare i capi acquistati in show-room per presentarli in anteprima ai clienti in negozio.

1999

L'azienda crea **LUISAVIAROMA.COM** per dare l'opportunità ai clienti internazionali di acquistare online e dà il via a un restyling generale del flagship

2011-2017

LVR diventa un digital leader. Già a fine 2017 le spedizioni sono attive in oltre 150 paesi e l'e-commerce è disponibile in 10 lingue.

2021

Style Capital, fondo di private equity investe 130 milioni di euro. Andrea Panconesi mantiene la maggioranza del capitale, mentre il fondo di Roberta Benaglia detiene importanti diritti di governance, con l'obiettivo di quotare la società in borsa.

2023

Tommaso Maria Andorlini diventa ceo.

2024

Nasce LVR group. **Luisa Via Roma** rileva Holding it, gruppo che fa capo al ceo Andorlini e detiene il 100% della società retail Playground e di Ffw srl, digital full service provider

Elaborazione MFF su dati Luisa Via Roma

Withub

Grazie alle recenti acquisizioni fatte, oggi Lvr ha diverse business unit: la piattaforma e-commerce, una rete di quasi 10 negozi fisici e una realtà di creazione e gestione di progetti di digital transformation. Questo proietta l'azien-

da in una logica di interconnessioni di business apparentemente diverse ma che hanno molti punti in comune in ottica di crescita e sviluppo. (riproduzione riservata)

Tommaso Palazzi