

## L'apertura

Data Stampa 8865-Data Stampa 8865

Data Stampa 8865-Data Stampa 8865

## Moncler sulla Quinta strada: casa più che negozio

Moncler apre sulla Fifth Avenue, di fronte al Plaza e nell'angolo che fu di FAO Schwarz, il più grande flagship del marchio al mondo: oltre 2.200 metri quadrati su due piani, a pochi passi da Central Park. «Più che un negozio, volevamo una casa», dice **Remo Ruffini**: un luogo per raccontare il prodotto e la strategia del brand, ma anche per costruire un rapporto diverso con il cliente. Un progetto di tre anni che mette insieme pietra, marmo, legno e vetro, grandi volumi e opere d'arte, traducendo l'identità alpina di Moncler nel linguaggio di New York. E proprio l'America è uno dei motivi per cui questo indirizzo conta. «È il mercato più grande del mondo», osserva Ruffini, sottolineando però che Moncler è ancora «sottovalutata» rispetto ai competitor e che c'è «tanto da fare ancora». Il consumatore americano, aggiunge, cerca oggi prodotti sempre più sofisticati, semplici e di altissima qualità. Da qui anche le novità del flagship: debutta Moncler to Measure, il servizio Made-to-Order che permette di scegliere materiali, finiture e dettagli, mentre l'intelligenza artificiale entra nell'esperienza con l'Outerwear Guide, che aiuta a individuare il capospalla più adatto. Fifth Avenue diventa così una destinazione per il cliente newyorkese e per quello internazionale. Una storia celebrata con una grande serata inaugurale, con Julia Roberts (a destra nella foto, accanto a **Remo Ruffini**), Anne Hathaway (con pancione in vista) e Spike Lee tra gli ospiti. E con vent'anni di storia americana di Moncler alle spalle, il brand prova ora a costruire qui il suo prossimo capitolo. (nel tondo il rendering della boutique) (pa.po.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

