

CRISI E CONSUMI, LE DUE FACCE PARTENOPEE I MARCHI DI LUSO CREDONO IN NAPOLI E INVESTONO CAPITALI

*Dalla moda alle strutture ricettive.
Intanto ecco "W Naples" dal 2024,
l'hotel di Marriott International*

di **MICHELE INSERRA**

Marchi di moda, ma anche alberghi. Napoli fa gola ai colossi nazionali e internazionali affermandosi sempre più come la capitale del lusso del Mezzogiorno. Code di senza dimora davanti alla mensa in via Marina (tra l'altro la zona di piazza Mercato risulta tra le più povere della città e ha il maggior numero di buoni spesa richiesti al Comune), file davanti ai negozi delle grandi marche in via dei Mille: sono le due facce di un "file" di Napoli rispecchiano la condizione dell'intero Paese: da un lato chi è stato travolto da problemi di sopravvivenza, dall'altro chi si accosta ai negozi delle grandi firme. Due facce della stessa città.

In via Calabritto, via Dei Mille, via Chiaia, l'inizio della Riviera: a Napoli ci sarà anche la crisi economica ma la gente acquista, senza battere ciglio, nei negozi prestigiosi. Una circostanza che ha convinto il mondo del lusso a scommettere e investire su Napoli. La città è pronta, infatti, a raccogliere nuovi importanti investimenti milionari da leader nel settore della ricezione di massimo profilo, che sono in arrivo proprio nel nucleo centrale del primo distretto tra piazza Municipio, Molo Beverello, Galleria Umberto I e Teatro San Carlo.

BRAND MADE IN NAPOLI

I brand che producono nel territorio partenopeo sono molti e

quasi tutti si affidano alla produzione conto terzi. Diverse sono le aree di produzione: si parte dal cuore di Napoli, per arrivare alla periferia nord, fino a quella orientale (Poggioreale, Ponticelli); si arriva poi alla provincia partenopea, come quella Vesuviana, fino ad uscire da Napoli per entrare nell' hinterland casertano, come Carinaro, uno dei più grandi centri di produzione di pelletteria e abbigliamento. Senza dimenticare i distretti conciarci (Solofra e Grumo Nevano) che hanno visto nascere, nei territori limitrofi, moltissime fabbriche di calzature e accessori di pelle.

Nella sola Napoli e provincia producono marchi di altissimo: Gucci, Bottega Veneta, Saint Laurent, Balenciaga, Louis Vuitton, Fendi, Dior, Chanel, Ferragamo, Versace, Dolce&Gabbana). Ovviamente, oltre ai brand di punta, esistono molti sotto-brand o brand minori che producono in territorio partenopeo. Ed esistono anche moltissimi marchi esclusivamente napoletani.

MAISON NELLA CASA DEL RE

Nei giorni scorsi Michele Franzese ha presentato la nuova maxi boutique partenopea di 1100 metri quadrati in via Domenico Morelli, (700 metri quadrati di vendita e 11 vetrine) che si estende ora fino a piazza dei Martiri, nel fulcro del quartiere dello shopping di alta gamma. Il punto vendita occupa le sale dello storico Palazzo Calabritto, celebre per il restauro del 1756 di Luigi Vanvi-

telli, con affreschi d'epoca firmati dal pittore Antonio Dominici. L'edificio è stato anche abitato dal re Ferdinando Borbone e nel 1987 ha ospitato Diego Armando Maradona nei festeggiamenti per la vittoria dello scudetto del Napoli. Franzese ha chiuso lo scorso anno con un giro d'affari pari a 18 milioni di euro, in crescita rispetto agli 11 milioni dell'esercizio precedente e ai 14 raggiunti nel 2019, prima che l'emergenza sanitaria frenasse i consumi. Metà del turnover deriva dalle vendite online, il ready to wear vale il 60% del business, menswear e womenswear si equivalgono.

ALBERGO DI LUSO IN NAPLES

Marriott International, Inc. annuncia di aver sottoscritto gli accordi per il lancio di due nuovi W Hotels in Italia con W Milan-Duomo e W Naples. L'apertura agli ospiti per entrambi è prevista nel 2024, espandendo ulteriormente la presenza del marchio nel paese, dopo la recente inaugurazione di W Rome e la firma dell'accordo per W Florence avvenuta nel 2021. "Siamo entusiasti di annunciare la firma dell'accordo



Superficie 63 %

per W Milan-Duomo con il Gruppo Marseglia e per W Naples con Solido Spa. Le vivaci città di Milano e Napoli sono da lungo tempo destinazioni prescelte dai jetsetter globali, e noi siamo lieti di rispondere alla domanda sempre crescente di hotel di lusso con questi due importanti accordi», ha dichiarato Gianleo Bosticco, senior director Development di Marriott International per l'Italia.

«Siamo lieti di lavorare con Marriott International su questo entusiasmante progetto, che diventerà un nuovo punto di riferimento a Milano per il lifestyle di lusso con il marchio W dall'impronta moderna e socievole. W Milan-Duomo sarà un'icona in città per gli anni a venir» ha commentato Leonardo Marseglia, presidente del Gruppo Marseglia. «Siamo fieri di accogliere a Napoli il marchio W. L'hotel fornirà un nuovo punto di riferimento e di socialità per i napoletani e i turisti in visita alle meraviglie di Napoli, Sorrento e della Costiera Amalfitana» ha affermato Manuel d'Avanzo, responsabile dello sviluppo del gruppo Solido Spa.



La maison di Franzese nell'edificio che fu anche abitato dal re Ferdinando Borbone



Via dei Mille è meta per gli acquisti di lusso