

## L'Opinione

13 Maggio 2011

14 L'OPINIONE

cultura

Venerdì 13 Maggio 2011

# Montenapoleone "De Lux" nel segno dell'innovazione

di ANDREA BOSCO

Investire nell'eccellenza. Molti lo dicono, pochi lo praticano. In una stagione di crisi e di contenimenti finanziari, la "De Lux Edizioni" rappresenta una mosca bianca. Per la progettualità e per il coraggio di allargare il suo mercato nel segno dell'innovazione.

Tre testate "Montenapoleone", "Via Condotti", "Capri". La moda e lo stile, in tre luoghi simbolo nel mondo: Milano, Roma e l'Isola dell'amore.

A Milano, Mario Sallusti, editor e grande architetto del sistema "De Lux", ha recentemente presentato, assieme all'ultimo numero di "Montenapoleone", in una serata di glamour nello spazio di Ralph Lauren anche l'evoluzione della linea editoriale del gruppo.

metterci in gioco, di trovare nuovi stimoli. Una sfida che contiamo di vincere".

**Allargare l'orizzonte: ma quale sarà la mossa vincente?**

Il portale ci consentirà di raggiungere una utenza più vasta. Offriremo di più, con una selezione di argomenti. Il lusso, ma non tutto il lusso. Ad esempio non tratteremo barche, supercar, ne' gioielli. Abbiamo commissionato una indagine. I nostri lettori sono al 60% donne e al 40 uomini. L'età media oscilla tra i 25 e i 50 anni. Ma i primi risultati del portale sono confortanti: 9500 contatti, con oltre 22.000 accessi.

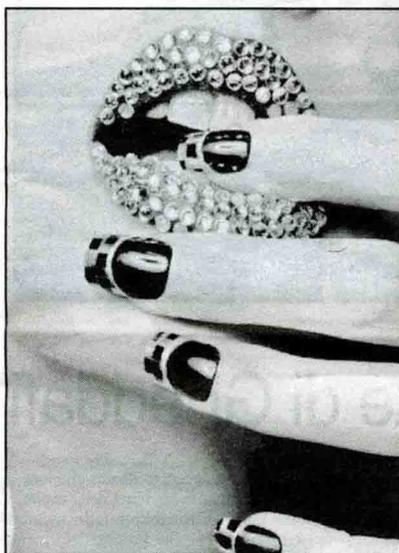
Una volta erano gli stilisti ad imporre il prodotto. Oggi sembra siano i consumatori a

Dal suo osservatorio, che impatto ha avuto la crisi?

L'impatto si è fatto sentire. Ma il mercato dell'eccellenza ha un vantaggio: quello di trovare velocemente le contromisure. A differenza di altri settori, sa difendersi meglio. Se altrove si è arrivati al 30-40 % di flessione, da noi non si è superato il 15%. Che è molto, ma a certi livelli, appare fisiologico. Insomma chi può permettersi il meglio, difficilmente ci rinuncia.

**La nuova frontiera quale sarà per questo settore?**

Quella che da tempo ha indicato Giorgio Armani. Innovazione e tecnologia. Applicazioni su Internet, I Pad, I Phone. Senza mai rinunciare alla capacità - artigianale ed unica



*Tre testate  
"Montenapoleone",  
"Via Condotti"  
e "Capri".  
La moda e lo stile,  
in tre luoghi  
simbolo nel mondo:  
Milano, Roma  
e l'Isola dell'amore.  
A Milano, Mario  
Sallusti,  
editor e grande  
architetto  
del sistema  
"De Lux",  
ha recentemente  
presentato  
Montenapoleoneweb*



Vale a dire Montenapoleoneweb. La capacità di coniugare e-mag e web tv. Un portale che allargherà la capacità del Gruppo di farsi conoscere e di essere al servizio dei potenziali clienti.

"È solo una delle grandi iniziative - spiega Sallusti - che abbiamo intenzione di realizzare con i grandi brand del lusso, per promuovere le nostre pubblicazioni. Abbiamo deciso di

dettare l'agenda dei consumi....

È assolutamente vero. Oggi chi produce lusso è orientato al mercato, non più al prodotto.

Tutti hanno dovuto a causa della globalizzazione farsi un po' giunchi e cambiare strategie. Ovviamente chi investe, chi si aggiorna, chi programma il futuro, sul mercato riesce a starci meglio.

- del made in Italy.

Dica la verità, è mai stato tentato dal gadget da inserire nella sue pubblicazioni?

Dico la verità: mai. Per un semplice motivo. I gadget correnti costano 2-3 euro l'uno. Noi per non tradire la nostra concezione del lusso, dovremmo inserire gadget da almeno 100 euro. Non è una politica che fa per noi.

De Lux edizioni

Cocktail da Ralph Lauren

Milano, Via Montenapoleone 4 - 6 Aprile 2011