

Gentilini: «Luxury Living sempre più internazionale»

È il nuovo amministratore delegato: «Investiremo in strategie digitali»
Prende il posto di Renato Preti nell'azienda di arredo di lusso

Andrea Gentilini è il nuovo amministratore delegato di Luxury Living Group, azienda italiana leader nel segmento dell'arredo di lusso e lifestyle, che sviluppa e gestisce le collezioni Casa di Fendi, Bentley Motors, Trussardi e Bugatti; prende il posto di Renato Preti. Gentilini ha già maturato una notevole esperienza nel settore, avendo occupato con successo ruoli di vertice in aziende come Visionnaire, Bialetti e Technogym. «Accolgo questa nuova sfida con entusiasmo, sono orgoglioso di poter contribuire allo sviluppo di Luxury Living Group - sono le prime parole del manager -. Investiremo per dare una dimensione sempre più internazionale all'azienda, con una grande attenzione al retail e allo sviluppo nei mercati che possono offrirci le migliori prospettive. Definiremo nuove strategie digitali per anticipare le risposte ai cambiamenti che stanno avvenendo nel nostro settore: vogliamo che diventino risorse e strumenti per essere ancora più efficaci nel futuro. Prima di tutto, però, vogliamo garantire un immediato presidio dei mercati chiave ed un rafforzamento delle strategie di prodotto, oltre ad una focalizzazione sullo sviluppo di nuove licenze». La nomina di Gentilini si pone all'interno di un rafforzamento aziendale, a seguito dell'acquisizione da parte di Lifestyle Design. Recentemente Luxury Living Group ha infatti annunciato l'arrivo di altre due figure manageriali: Ga-



Andrea Gentilini, nuovo amministratore delegato di Luxury Living Group

brielle Rossetti, sales director e Daniele Pelliccioni, operations director.

Dario Rinero, amministratore delegato di Lifestyle Design, commenta così la nomina di Gentilini: «È con grande piacere che accogliamo Andrea nel nostro gruppo. Il suo profilo professionale e la sua visione convergono con gli obiettivi che abbiamo prefissato per Luxury Living Group, un'azienda che riteniamo altamente strategica e con ampi margini di crescita e sviluppo internazionale». Luxury Living Group progetta, produce e distribuisce da oltre 30 anni arredi di alta gamma Made in Italy per alcuni dei più importanti brand internazionali del lusso:

oltre ai citati Fendi, Bentley Motors, Trussardi, Bugatti c'è lo stesso marchio Luxury Living.

«Una storia di successo artigianale, sperimentazione e materiali preziosi nata grazie alla visione, passione e intraprendenza del suo fondatore Alberto Vignatelli», spiega una nota dell'azienda. Con un giro d'affari di 90 milioni di euro e circa 250 impiegati Luxury Living Group opera principalmente attraverso una rete di 80 rivenditori presenti nel mondo insieme a 7 negozi di proprietà: Milano (2), Forlì, Parigi, New York, Los Angeles, Miami. Il gruppo prevede inoltre la prossima riapertura dello store di Londra e lo sbarco a Shanghai e San Francisco nel 2021.

Elettronica

Unieuro e Black Friday: ricavi in crescita

Il Gruppo, complici gli sconti, ha registrato buone performance anche con le chiusure festive del mese di novembre

Pandemia o meno, il gruppo Unieuro continua a crescere, complice anche il BlackFriday. L'azienda leader nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, con base a Forlì, ha registrato ricavi in crescita nel mese di novembre nonostante le misure restrittive, che hanno comportato la chiusura nei soli giorni festivi e prefestivi di circa il 50% dei negozi diretti. La performance, che segue l'altrettanto positivo andamento di settembre e ottobre, è legata al successo della campagna promozionale 'Change Black Friday', il Black Friday della tecnologia, durata dal 3 novembre al 3 dicembre. A beneficiare della situazione, viste le chiusure forzate, è stato il canale Online, con la piattaforma Unieuro.it che ha registrato un

incremento del 63% del numero di ordini e un aumento a doppia cifra percentuale del valore medio degli stessi rispetto al periodo 3 novembre - 3 dicembre 2019. In generale, la maggior parte delle categorie merceologiche ha registrato vendite in incremento rispetto al 2019, supportate anche dai favorevoli trend di mercato innescati dalla situazione emergenziale quali smart working e didattica a distanza. La categoria a più elevata crescita si è confermata quella che include informatica e gli accessori: non a caso, il prodotto più ordinato dell'intero periodo promozionale sono stati gli auricolari true wireless di un noto marchio. «Il successo è maturato in un contesto di mercato a dir poco peculiare e caratterizzato da una forte domanda da parte dei consumatori. Usciamo quindi forti e rinfanciati da un mese di novembre ancor più significativo che in passato», dichiara Giancarlo Nicossanti Monterastelli, amministratore delegato di Unieuro.

