

Lavoro

Innovazione



Luxury Living Group punta sui mercati asiatici «Il digitale ha accelerato i nostri progetti»

Parla il nuovo Ceo **Andrea Gentilini**

Una storia di successo artigianale per l'azienda forlivese leader nel segmento dell'arredo di lusso, recentemente acquisita da Lifestyle Design

di **Paola Benedetta Manca FORLÌ**

Andrea Gentilini (nella foto in basso), 52 anni, faentino, è da novembre il Ceo di Luxury Living Group, storica azienda italiana con un cuore emiliano-romagnolo – la sede principale è a Forlì –, leader nel segmento dell'arredo di lusso e lifestyle, con un giro d'affari di 90 milioni di euro e circa 250 impiegati. Luxury Living Group progetta, produce e distribuisce, da oltre 30 anni, arredi di alta gamma e made in Italy per alcuni dei più importanti brand internazionali del lusso: Fendi, Bentley Motors (nella foto in alto), Trussardi, Bugatti, oltre al marchio stesso Luxury Living. Una storia di successo artigianale, sperimentazione e materiali preziosi, nata grazie alla visione del suo fondatore, Alberto Vignatelli. Andrea Gentilini non

è certo nuovo del settore, in cui ha maturato una notevole esperienza: ha occupato con successo posizioni apicali in aziende come Visionnaire, Bialetti e Technogym. La sua nomina rientra nella logica di un rafforzamento aziendale, a seguito dell'acquisizione del gruppo da parte di Lifestyle Design.

Gentilini, come ha accolto questa sfida?

«Con molto entusiasmo, Luxury Living Group è un'azienda storica e sono orgoglioso di poter contribuire al suo sviluppo. Arrivo con l'acquisizione del gruppo da parte di Lifestyle Design: iniziamo quest'avventura convinti di poter dare un equilibrio economico finanziario corretto all'azienda, con prospettive di crescita in modo sostenibile e l'arrivo di nuove licenze, su cui stiamo lavorando alacremente».

Quali sono gli obiettivi futuri?

«Senz'altro diventare, ancora di più, un riferimento per il mondo del lifestyle e interpretare nuovi brand del mondo del lusso e del fashion, con cui abbiamo iniziato confronti proficui. 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. Prima di tutto, però, vogliamo garantire un immediato presidio dei mercati chiave e un rafforzamento delle strategie di prodotto, oltre a una focalizzazione sullo sviluppo di nuove licenze».

Qual è il vostro posizionamento sui mercati internazionali?

«Il nostro gruppo è il più importante nel campo dell'arredo di lusso, oltre a due prestigiose store a Milano e uno a Forlì, siamo presenti a, New York, Los Angeles e Miami. L'azienda prevede poi la ri-

apertura a Parigi intorno a marzo del 2021 e nuove aperture a Londra, Shanghai e San Francisco. Vogliamo arrivare, nei prossimi anni, nei principali hub del lusso mondiali. Siamo poi presenti anche in Russia e Medio Oriente. Ci vuole molta attenzione ai nuovi mercati, soprattutto dell'Asia».

La pandemia sta penalizzando i vostri affari?

«Siamo riusciti a reagire a questo momento difficilissimo.

Inoltre la Cina, con cui lavoriamo molto, ha già da tempo ripreso un atteggiamento di normalità. Il 2020 ci vedrà atterrare su valori in linea con il 2019. Certo, le difficoltà ci sono state, ma la nostra produzione è andata avanti in modo costante. Questa pandemia però lascerà anche impronte importanti».

Quali ad esempio?

«L'accelerazione sul mondo del digitale. Noi abbiamo avuto la possibilità di appoggiarci a piattaforme e competenze grandi e significative. Quest'anno, ad esempio, non abbiamo potuto partecipare al Salone del Mobile, ma abbiamo creato un salone digitale sulle nostre piattaforme. Il mondo del digitale, per noi, ha anticipato progetti che erano già stati aperti e ci sarà una progressione negli anni a venire. Certo, la necessità di poter incontrare il cliente e confrontarsi è fondamentale e torneremo a farlo con il vaccino anti-Covid, ma quest'anno di pandemia ha mostrato strumenti diversi con cui interagire che rimarranno nel bagaglio delle aziende, forse accelerando molti passaggi digitali».



© RIPRODUZIONE RISERVATA