



Flagship multipiano, ristoranti, eventi Come cambia la *strada* più cara al mondo

Con affitti annui da 20mila euro al metro quadrato e uno scontrino medio di 2500 euro (3100 per i clienti cinesi), via Montenapoleone è la strada dello shopping più cara del mondo. Dall'anno scorso ha superato Fifth Avenue a New York e New Bond Street a Londra. «In 15 anni ha scalato la classifica delle vie dello shopping, partendo dalla dodicesima posizione», ricorda Guglielmo Miani, presidente dell'associazione Montenapoleone District, «grazie anche al lavoro del nostro consorzio, che organizza eventi e promuove la città all'estero nelle fiere di settore». La lunghezza ridotta – neanche 500 metri per circa 60 boutique – accende la competizione tra i marchi di alta gamma.

In prima linea oggi c'è Lvmh: oltre a Bulgari, che inaugura il nuovo punto vendita lunedì, palazzo Taverna Radice Fossati, al civico 2, ospiterà da inizio aprile Louis Vuitton e Tiffany. La maison francese offrirà su 4600 metri quadrati anche un caffè e il suo primo ristorante, DaV by Da

Vittorio Louis Vuitton, in collaborazione con la famiglia Cerea, oltre a un piano dedicato alla collezione casa. Tiffany invece inaugura il più vasto flagship store d'Europa.

Di fronte, al numero 1, Langosteria aprirà un locale nel flagship Fendi, che inaugurerà entro fine anno. Il rivale Kering risponde con l'immobile al numero 8, acquistato l'anno scorso per la cifra record di 1,3 miliardi di euro (e ora in cerca di investitori): è l'indirizzo anche della storica pasticceria Cova, di proprietà di Lvmh, che probabilmente traslocherà per fare spazio a Gucci e ad altri marchi del gruppo di Pinault.

Poco più indietro, all'angolo con corso Matteotti, Damiani si è ampliato con un negozio su due piani per presidiare il nuovo polo dell'alta gioielleria. Al 6, lo spazio temporaneo Ephemeral di Antonio Marras sarà attivo dalla Design Week fino all'arrivo del flagship permanente al 22. Lavori in corso anche da Valentino: in via Santo Spirito oggi si trova la boutique temporary di sette piani e

800 metri quadrati. In attesa di tornare allo storico indirizzo di via Montenapoleone 20.

Se fino a 12 anni fa, il capoluogo lombardo era una destinazione d'affari, «oggi è la meta più ambita per il lusso. Il soggiorno medio in hotel è salito da uno a due giorni e mezzo» continua Miani. Risultati che si quantificano in oltre 6 milioni di presenze all'anno e che accompagnano le polemiche sulla zona a traffico limitato chiesta dal Comune. «Per noi non c'è motivo di fare la ZTL perché la via non è trafficata. Siamo comunque disposti a sederci al tavolo con il sindaco». La proposta di Miani e soci mira a preservare la specificità della via, dove chi fa shopping si sposta in auto e non ama lo «struscio» delle aree pedonali. «Accetteremo la ZTL ad alcune condizioni». Le più importanti: la presenza di un vigile dalle 9 alle 18 per impedire il parcheggio abusivo dei furgoni, il servizio di valet parking e un periodo di tolleranza di 30 minuti. – F.R.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In 15 anni abbiamo superato la Fifth Avenue di New York. Oggi è via Montenapoleone la più ambita per lo shopping di lusso

GUGLIELMO MIANI

PRESIDENTE MONTENAPOLEONE DISTRICT

