



## Lifestyle, Ralph Lauren fa scuola

Dalla moda al lifestyle il passo è breve. E molti big del comparto fashion hanno interpretato a modo loro il passaggio per crescere sui mercati internazionali. Diversificazione, brand extension, investimenti in hotel, building polifunzionali o linee di arredamento sono oggi all'ordine del giorno nelle strategie d'impresa. Ma il vero maestro che per primo ha spianato la strada arriva dagli Stati Uniti, paese ricco di eccessi e soprattutto patria di **Ralph Lauren** (un look, *nella foto*), «Il movie maker della moda» e l'inventore del «Planet Ralph», secondo una felice interpretazione di **Pamela Fiori**, direttore del magazine americano Town & Country, intervenuta ieri al Milano Fashion Global summit dagli studi Newyorchesi di Class-Cnbc. «Il gemello italiano di Ralph Lauren potrebbe essere solo Giorgio Armani», spiega Fiori, «e infatti hanno una stima reciproca, anche se stili completamente diversi. Ma Ralph Lauren in assoluto è riuscito più di tutti a interpretare una filosofia, diventando il regista della moda, scegliendo me-

ticolosamente le proprie collezioni, pensando ai tessuti o alle home collection per poi interpretare da testimonial un'impresa che è diventata come un film».

Il segreto del successo dello stilista-manager statunitense, che a fine anni '60 ricamò un giocatore da polo sulle collezioni, è, secondo la numero uno di Town & Country, «l'aver voluto comunicare un modo di vivere». «Ralph Lauren non si è interessato solo alle lenzuola, alle sue Polo colorate o agli abiti, ma voleva creare un universo, esattamente come un regista della vita», ha detto Fiori, «e c'è riuscito stando al passo con i tempi». Un esempio? «Le sue campagne pubblicitarie», sottolinea l'editor in chief, «con la bandiera Americana prima o con la modella 'ispanica' Penelope Cruz poi, hanno saputo interpretare l'allargamento alla clientela». Lo stesso che si percepisce sul sito [www.polo.com](http://www.polo.com), dove il visitatore Usa può addirittura ordinarsi una Polo 'pret a porter' a propria immagine e somiglianza, scegliendo il colore e il ricamo preferito. Altro segreto di Polo Ralph Lauren è la strategia retail: «I consumer-rivenditori, secondo un politica del fondatore del marchio, non sono ai margini», conclude Fiori, «ma sono le stesse persone che riescono a interpretare la filosofia Ralph Lauren, hanno una veduta aperte e una vita interessante».