

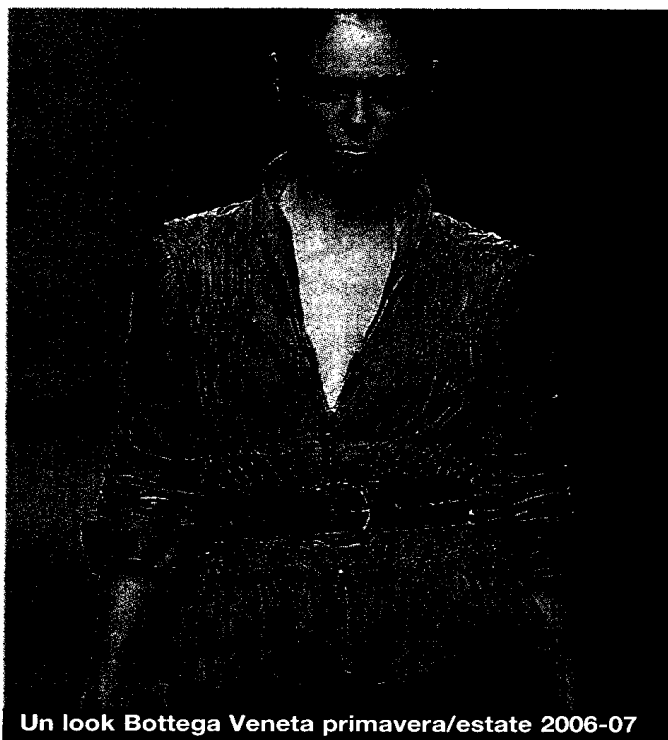
Riconoscimenti

Bottega Veneta, un premio alla strategia

Assegnato alla griffe il Walpole award inglese quale miglior luxury brand dell'anno per qualità e crescita. **Ornella Fontana**

Espansione della rete retail e un premio come «international luxury brand dell'anno». Strategia e meriti di **Bottega Veneta**, il brand entrato dal 2001 in **Gucci group**, la divisione luxury che fa capo alla francese **Ppr**. La griffe si è infatti aggiudicata nei giorni scorsi a Londra il **Walpole award**, un riconoscimento che per la prima volta il **Walpole group** (l'organizzazione non profit che promuove nel mercato globale le aziende britanniche di alta gamma) ha dedicato al marchio internazionale «che ha avuto più risonanza in termini di vendita, e esposizione nel 2006».

Ma il mercato del lusso ha già premiato la strategia di espansione della griffe, che ha infatti archiviato i primi nove mesi del 2006 con un fatturato pari a 186 milioni di euro, in avanti del 68,4% rispetto al 2005. Una crescita riconducibile, così come aveva riferito il management aziendale (vedere *MFF* del 27 ottobre 2006), allo sviluppo della rete retail (con l'apertura di otto store nei primi sei mesi del 2006) e al consolidamento del piano di diversificazione. (riproduzione riservata)



Un look Bottega Veneta primavera/estate 2006-07