

# Design, lo shopping cresce online

Dal debutto di Driade con l'e-shop al negozio virtuale di DesignMiami/, il mondo dell'arredo coglie la chance di ampliare la propria clientela. Anche le piattaforme multimarca incrementano i fatturati. Mohd ha registrato +13% e Westwing è salito del 10% nel 2020

di CRISTINA CIMATO E ILARIA DE BARTOLOMEIS

🕒 TEMPO DI LETTURA 3 MIN

LEGGI DOPO 

Il lockdown ha dato una decisa spinta all'alfabetizzazione digitale. A dimostrarlo solo i dati emersi a inizio maggio da **Netcomm forum live** che evidenziano come nei primi mesi del 2020 l'Italia abbia registrato 2 milioni i nuovi consumatori online, contro i 700 mila dell'anno precedente.

Un trend recepito anche da un settore tradizionalmente conservatore come il design. **Driade**, per esempio, ha appena debuttato con un suo e-commerce rinnovando la propria vocazione alla sperimentazione. «Questo strumento inaugura una nuova tappa nel percorso del brand perché crediamo che sia importante rivolgersi a un pubblico più ampio e trasversale nelle generazioni», ha commentato **Giuseppe Di Nuccio**, ceo di **ItalianCreationGroup** di cui il marchio fa parte.



Un ambiente Poltrona Frau

La recente crescita di volumi dell'e-commerce è confermata dai marketplace che già operavano nel mercato, fra cui **Poltrona Frau**, brand di **Lifestyle design**, che alla fine del 2019 aveva scommesso sull'e-shop. Il progetto, partito dal mercato italiano, è di recente approdato anche in Francia, Germania e Svizzera. «Il digitale rappresenta un primo approccio al marchio e per questo motivo abbiamo deciso di investire nell'online con un negozio virtuale», ha spiegato l'ad **Nicola Coropulis**. «A differenza dei siti multimarca in cui i driver sono il prezzo e la disponibilità, la piattaforma di un brand si basa sui concetti di esperienza ed esclusività. A noi interessa conoscere meglio i nostri clienti, entrare in relazione con loro e provare a offrire servizi personalizzati, dalla progettazione alla customizzazione».

Il brand, che segna ricavi consolidati per 205 milioni di euro e un export pari al 54%, ha scelto di puntare anche su questa strategia, nonostante i numeri ancora modesti. «Oggi rispetto al volume di affari dell'industria dell'arredamento in Italia, l'online non supera il 3% e a livello mondiale la percentuale si attesta al 4-5%. Sono quote basse ma che segnano un trend esponenziale», ha precisato il manager.

A confermare questa tendenza sono anche le piattaforme multimarca: **Deesup** ha registrato negli ultimi mesi un incremento dell'oltre 100% degli ordini ricevuti, **Artemest** del +200%, **Mohd** ha assistito a una crescita delle visite sul sito web e del numero di scontrini che però si sono abbassati dal punto di vista del valore perché i molti nuovi acquisti hanno riguardato oggetti più piccoli. La piattaforma che nel 2019 ha fatturato 29 milioni di euro con un +13% rispetto all'anno precedente si appresta a consolidare il proprio modello ibrido che mescola retail online e fisici con l'apertura di un nuovo store a Milano, in concomitanza con la design week di fine settembre.

Cresce anche **Westwing**, il colosso fondato da **Delia Lachance** e quotato alla **Borsa di Francoforte**: con 267 milioni di euro di ricavi nel 2019, ha visto un incremento del 10% nel primo trimestre del 2020 e un'accelerazione pari al 50% del valore degli ordini nei mesi di marzo e aprile. Nello stesso periodo, la divisione italiana di Westwing ha lanciato una campagna a sostegno delle piccole imprese artigianali italiane: mettendo a disposizione di queste realtà il proprio canale di vendita digitale con un programma di flash sale settimanali.

Le piattaforme online stanno rispondendo dunque a un'esigenza commerciale dei tempi ma si configurano anche come veicoli culturali, diventando un ponte virtuoso tra i marchi e il pubblico, capace di incrementare acquisto e conoscenza. E in questa direzione va l'iniziativa messa in campo di recente da **Design Miami/** che ha inaugurato il suo e-shop: un modo per sostenere gallerie e designer in un continuum con le fiere di Miami (dal 2 al 6 dicembre 2020) e Basilea (dal 14 al 20 giugno del 2021).



Movimento Basso Marble di Mauro Mori presso Les Ateliers Courbet



Alcune sedute Kartell sulla piattaforma Westwing

Con questo progetto, il design del XX e XXI secolo è disponibile ovunque nel mondo per 365 giorni all'anno. Il nuovo sito è stato lanciato con oltre 800 pezzi provenienti da 52 gallerie internazionali, da opere su carta a partire da 100 dollari a lavori storici come una Casa smontabile 6x6 di **Jean Prouvé** quotata 1,5 milioni di dollari.

Il design d'autore va in rete anche con la prima asta online di **Christie's Italia** che dall'8 al 22 luglio mette all'incanto 100 oggetti selezionati dalla galleria milanese **Nilufar**, fra opere di **Gio Ponti**, **Tobia Scarpa**, **Alvar Aalto**, **Martino Gamper**. «Attraverso questo nuovo format, puntiamo a soddisfare le esigenze dei nostri clienti presentando opportunità uniche sia di acquisto che di vendita. D'ora in poi i collezionisti potranno godersi l'esperienza online, tutto l'anno», ha raccontato **Cristiano De Lorenzo**, managing director di Christie's Italia.

Il design artistico e l'artigiano d'eccellenza sono sempre più al centro del dibattito culturale con progetti come Homo faber, l'evento ideato dalla **Michelangelo Foundation for creativity and craftsmanship** che quest'anno, in assenza dell'edizione fisica, presenterà il 17 settembre Homo faber guide, una guida digitale alla scoperta dell'alta manifattura con il contributo di nomi come **India Mahdavi** a **Carla Sozzani**.

Più in piccolo anche **Ta-Daan** ripensa il ruolo dell'artigianato nell'ambito digitale, riscattandolo dalla sua dimensione anacronistica e rendendolo accessibile ai millennials. La start up, che si è appena aggiudicata un round da 70mila euro e ne ha in previsione un altro molto più consistente per fine 2020, offre a creativi e artigiani emergenti la possibilità di accedere attraverso la sua piattaforma a un'ampia community con l'obiettivo di accelerare il business di queste realtà locali. (riproduzione riservata)