

SCERVINO CORRE NEL RETAIL TRA USA ED EUROPA

La maison toscana punta a ben 50 store entro la fine dell'anno e taglia il nastro a Miami e Milano

«**V**ogliamo raggiungere quota 50 flagship nel mondo entro l'anno». Così **Toni Scervino** spiegava a *MFF* lo scorso giugno la corsa retail che il marchio **Ermanno Scervino** sta intraprendendo negli ultimi esercizi. Un momento di ulteriore crescita per la realtà toscana da circa 100 milioni di euro di fatturato, ieri pronta a festeggiare l'opening della sua prima boutique negli Stati Uniti, situata a Miami. Lo spazio, all'interno dello shopping mall di Bal Harbour, si estende su una superficie di oltre 200 metri quadrati e ospita le collezioni uomo, donna e accessori. Il concept progettuale rimane fedele a tutti gli store della maison: vetro fumé nero, superfici specchiate, acciaio, cemento. L'opening a Miami rientra nel piano di sviluppo retail internazionale che vede lo sbarco del brand italiano in America e in Cina, con il primo store a Shanghai.



In lato, la boutique di Ermanno Scervino a Miami

Dopo le aperture di Montecarlo, Barcellona e Londra, da **Harrods**, e i nuovi store in apertura a Kuwait City, Riyadh, Dubai, Mosca e Taipei, il marchio è pronto a tagliare il nastro al flagship di Milano in via della Spiga negli stessi locali dove fino a oggi era allocato lo spazio curato con **Giovina Moretti**. Così facendo Scervino prenderà il controllo diretto della boutique, il cui opening ufficiale è previsto per il 26 settembre, stesso giorno della sfilata per la primavera-estate 2016 durante **Milano moda donna**. (riproduzione riservata)

Fabio Maria Damato