



Novità
LIU·JO
luxury

*Il brand di orologi e gioielli
lancia la linea Pet.*

*Il nuovo Sales Director:
“Più glam per tutti”*

DI FRANCESCA RASPAVOLO

Un rinnovato accento sull'orologio, prodotto simbolo della griffe, un nuovo Sales Director e il lancio della linea pet, per gli amici a quattro zampe, per consacrare definitivamente il brand. Anno memorabile per Liu Jo Luxury, brand extension del gruppo Liu Jo dedicata a gioielli e accessori: sul mercato dal 2007, sotto la presidenza di Marco Marchi e la guida dell'amministratore delegato Bruno Nardelli, il gruppo vanta 1200 punti vendita multi-brand, 500 negozi con la formula del gruppo di acquisto e un pacchetto clienti da invidia. Oggi Liu Jo Luxury dà il benvenuto a Fabrizio Rognoni, fresco di promozione a Sales Director, già a lavoro “per portare una nuova visione strategica all'azienda.”

Congratulazioni per la nomina, di cosa di occuperà in Liu Jo Luxury?

La mia mission si concentrerà sul potenziamento dell'orologio, pilastro fondamentale per il brand e su tre sviluppi strategici principali: gioielli donna e uomo, mobili espositivi e una novità assoluta, la linea dedicata agli animali. Un brand come Liu Jo, che copre una considerevole quota di mercato nel segmento





“ *La nuova linea per animali domestici segna una svolta innovativa per Liu Jo Luxury, un premium brand dall'anima glam pensato per tutti gli amici a quattro zampe. Questa collezione di gioielli per animali si distingue per il suo design unico, con un packaging che si trasforma in una pratica ciotola da viaggio.* ”

degli orologi da donna, incluso il comparto smartwatch, non poteva non considerare un ampliamento della gamma al settore demi-fine jewelery. La nostra ormai è una collezione completa, con un design pensato in base alle esigenze delle consumatrici e una forte e riconoscibile personalità, in linea con il DNA di Liu Jo Luxury.

La grande novità del 2024 è Liu Jo Pets, la linea per cani e gatti, da dove arriva l'ispirazione?

La nuova linea per animali domestici segna una svolta innovativa per Liu Jo Luxury, un premium brand dall'anima glam pensato per tutti gli amici a quattro zampe. Questa collezione di gioielli per animali si distingue per il suo design unico e funzionale, con detta-

Fabrizio Rognoni



gli come un espositore d'impatto, un packaging che si trasforma in una pratica ciotola da viaggio e una particolare attenzione al comfort, grazie all'utilizzo di tessuti anallergici. Sempre in tema abbiamo la linea di gioielli indivisibili, che celebra il legame tra il proprietario e l'animale e che rappresenta un tocco emozionale e distintivo, posizionando Liu Jo tra i pionieri del settore.

Liu Jo Luxury sta raccogliendo larghi consensi anche dalla collezione uomo. Ce ne parli.

Abbiamo raggiunto un importante risultato nel comparto dei gioielli maschile: il mercato ha apprezzato tutte le caratteristiche legate al prodotto, la qualità, il design e la riconoscibilità del marchio, la famosa brand awareness. Una forte personalità è legata anche a tutti i materiali di merchandising: in pratica fac-



“ *Abbiamo raggiunto un importante risultato nel comparto dei gioielli maschile: il mercato ha apprezzato tutte le caratteristiche legate al prodotto, la qualità, il design e la riconoscibilità del marchio, la famosa brand awareness.* ”

ciamo in modo di rendere stimolante lo spazio vetrina dei nostri concessionari. In generale, devo riconoscere che l'appeal del brand Liu Jo nel settore maschile ci conforta sempre di più, anche grazie a dati in continuo aumento, il tutto correlato al tradizionale segmento dell'orologio.

Ci sono, infine, i mobili espositivi che fornite a clienti e concessionari per arredare i corner Liu Jo Luxury.

Il progetto rappresenta una naturale estensione della gamma. Le soluzioni proposte, come tower, wall e counter, offrono eleganza e funzionalità: sono adattabili a ogni contesto e pensati per soddisfare le specifiche esigenze dei concessionari, consolidando così relazioni proficue e durature tra Liu Jo Luxury e i partner commerciali. ■

