



BUSINESS NEWS

QVC ITALIA

«LA MODA IN TV HA UNA MARCIA IN PIÙ»

Qvc Italia, piattaforma multimediale e multicanale di shopping, è pronta a lanciare il progetto Next, a sostegno dell'imprenditoria emergente

DI CARLA MERCURIO

Qvc Italy, multimedia and multi-channel shopping platform, is ready to launch Next project, to support emerging entrepreneurship.

Dove l'immagine statica non basta, ecco che molti siti di e-commerce si stanno organizzando con la modalità video, per dare vita e anima al prodotto. Anche questo espediente però può non bastare a rendere la peculiarità di un articolo, a raccontarne la storia e la progettualità. È il momento di chiamare in causa lo storytelling. Meglio ancora se raccontato in Tv. Paolo Penati sottolinea i plus di Qvc, il canale per lo shopping televisivo di cui è a.d. per l'Italia, dove le trasmissioni sono in onda dall'ottobre del 2010. Un colosso americano da 8,7 miliardi di dollari fondato nel 1986, parte di Liberty Interactive Corporation, che oggi ha raggiunto un totale di 17mila dipendenti e 14 milioni di clienti nel mondo. «Non chiamatele televendite, per carità - si raccomanda Penati -. Un concetto con una connotazione negativa, che non si addice a una realtà come la nostra». Un canale che in Italia - dove Qvc ha la sede a Brugherio e un centro logistico e di distribuzione vicino a Piacenza - ha raggiunto un giro di affari di 138 milioni di dollari in meno di sei anni, con 800 marchi venduti, di cui il 21% della sfera moda e accessori (il 65% sono italiani). Le trasmissioni vanno in diretta 17 ore al giorno sul digitale terrestre e tivùsat, su Sky e sono visibili anche in streaming, sul sito Internet qvc.it e sulla pagina ufficiale di Facebook (due milioni e mezzo di fan). «Con un'utenza al 90% femminile - racconta Penati - Qvc propone una



1. La sede di Qvc Italia, a Brugherio; una manciata di chilometri da Milano
 2. Paolo Penati, a.d. di Qvc Italia
 3. Una trasmissione in onda negli studi televisivi di Brugherio



vasta scelta di articoli moda a prezzi medi, che vanno dai 40 ai 150 euro per l'abbigliamento e dai 35 ai 200 per le scarpe, frutto di un lavoro di scouting che pesca tra le realtà più propulsive in Italia». Proposte che hanno il plus di essere raccontate di persona da chi le ha pensate e concepite, ospiti negli studi televisivi di Qvc a Brugherio. «Marchi come Manas, Stonefly, le capsule con Braintropy, e Sharra Pagano e quella in arrivo con la O Bag - sottolinea Penati - in vendita anche tramite il sito Internet, accessibile pure da smartphone e tablet». Una

piattaforma multimediale e multicanale di shopping, destinata a crescere anche grazie al nuovo progetto QvcNext, un programma che sostiene le imprese italiane appena nate, piccole e medie, con una particolare attenzione al mondo femminile. «Cerchiamo le realtà in nuce, a cui diamo la possibilità di andare rapidamente sul mercato, avendo un feedback rapido - spiega l'a.d. -. Fra queste la moda avrà un ruolo preponderante». «Le trasmissioni partono a ottobre - conclude - mese in cui festeggiamo il sesto anniversario di Qvc Italia».