

Cover Date: 14/12/2021

## A Thom Trade le licenze di orologi e gioielli Calvin Klein e gioielli Tommy Hilfiger

Dopo i segnatempo Boss, Hugo e Tommy Hilfiger, il produttore americano di orologeria Movado affida a Thom Trade Italy anche la distribuzione esclusiva nella Penisola di orologi e gioielli Calvin Klein e dei gioielli Tommy Hilfiger. Il lancio con Tommy Hilfiger avverrà il prossimo febbraio, mentre il debutto delle collezioni Calvin Klein è atteso a marzo 2022.



Andrea Busato, General Manager di Thom Trade Italy

“Tommy Hilfiger parte con l'uomo per la SS 2022, per segmentare al meglio l'offerta, ma pensiamo di implementare poi con la donna”, spiega a FashionNetwork.com Andrea Busato, General Manager di Thom Trade Italy. “Saranno circa una cinquantina di referenze e appropcheremo sempre i clienti con entrambe le categorie. I gioielli avranno un prezzo medio intorno ai 60 euro al pubblico, molto accessibile. Le collezioni Calvin Klein di orologi e gioielli uomo, donna e unisex sono abbastanza bilanciate tra loro, con prezzi per gli orologi tra i 200 e i 350 euro al pubblico, perchè all'interno della collezione ci sarà anche dello 'swiss made', mentre i gioielli saranno venduti intorno ai 90 euro. Cercheremo di coprire in Italia tutti i canali, con un approccio di distribuzione selettiva. Con Hugo Boss l'offerta sarà solo di orologi da uomo”.

Con un portafoglio marchi che conta al suo interno Concord ed Ebel e le licenze di Coach, Juicy Couture, Lacoste e Scuderia Ferrari, il gruppo Movado aveva firmato lo scorso agosto un accordo quinquennale rinnovabile con la griffe di Pvh Calvin Klein.

“Sia Movado che Timex hanno ripreso i livelli del 2019 e sono sempre alla ricerca di nuove licenze. Noi siamo molto orgogliosi di essere loro partner in Italia. Nel 2022 ci aspettiamo una crescita double digit rispetto al 2021 grazie ad un portafoglio più ampio e ad una presenza sul mercato sempre più rilevante”, aggiunge Busato.

La francese Thom Group è leader nella vendita al dettaglio di gioielli e orologi in Europa con una rete di otto marchi: Histoire d'Or, Marc Orian, Smitze, Trésor principalmente in Francia, Stroili Oro e Franco Gioielli in Italia e Oro Vivo in Germania. Il gruppo transalpino conta più di 5mila dipendenti e un fatturato di 700 milioni di euro, realizzato attraverso un network di oltre 1.000 negozi in tutta Europa, nonché attraverso i siti di e-commerce di ciascuno dei suoi brand.