WWD.COM
Date:22 settembre 2026

https://wwd.com/accessories-news/jewelry/mattioli-milan-flagship-global-expansion-1239244199/

ACCESSORIES / JEWELRY

Storied Jeweler Mattioli Eyes Global Expansion With Milan Flagship Opening

The Turin-based brand, backed by private equity fund Peninsula, is committed to becoming a serious contender in the jewelry sector.

By MARTINO CARRERA SEPTEMBER 22, 2026, 12:01AM



The Mattioli flagship in Milan. COURTESY OF MATTIOLI

MILAN — The history of jewelry brand Mattioli is truly Italian in its entrepreneurial background, family ownership and dedication to craftsmanship, but the Turin-based firm is now aiming to build an international profile.

Established by the Mattioli family in 1995 when it acquired the storied goldsmith atelier Antica Ditta Marchisio — recognized with the state hallmark 1TO assigned at its founding in 1859 as the first firm registered in Turin — the company has grown over the years into a leading third-party jeweler by forging ties with marquee brands.

WWD.COM
Date:22 settembre 2026

https://wwd.com/accessories-news/jewelry/mattioli-milan-flagship-global-expansion-1239244199/

In 2000, the family introduced the namesake brand as a side project and fertile ground for design experimentation. But it didn't commit fully to it until 2024, when private equity fund Peninsula acquired a minority interest of about 20 percent in Mattioli, aiming to grow its potential.

The fund onboarded chief executive officer Claudio Pasta exactly a year ago, tasked with steering the brand toward global recognition.

Among the first tangible signs of his remit, Mattioli is unveiling a flagship on Milan's Via Della Spiga this week, its first in the city.

"In my role, the first and primary objective was to understand what Mattioli 1.0 was and move it into a phase in which we want — and need — to relaunch it from a niche company into a global one," Pasta explained.

"The brand has historically been positioned somewhere in the middle, with fine-jewelry expertise but a fashion-jewelry approach. Our intention is to continually elevate the brand without forgetting the DNA that is unique," the executive said.

That is possible thanks to Mattioli's legacy in jewel manufacturing, backed by a cohort of 250 goldsmiths spread across different jewelry hubs in Italy, including its Turin hometown.

WWD.COM
Date:22 settembre 2026

https://wwd.com/accessories-news/jewelry/mattioli-milan-flagship-global-expansion-1239244199/

That is possible thanks to Mattioli's legacy in jewel manufacturing, backed by a cohort of 250 goldsmiths spread across different jewelry hubs in Italy, including its Turin hometown.

Best known for its use of colored gemstones and diamonds paired with 18-karat gold, exemplified by the hero Puzzle collection, the brand's offering is overall hinged on layering, stackability and versatility. That approach can also be seen in the Hiroko and Navettes collections defined by essential albeit sinuous shapes, where diamonds and mother-of-pearl are paired with yellow gold.



The Mattioli Puzzle collection. COURTESY OF MATTIOLI

WWD.COM
Date:22 settembre 2026

https://wwd.com/accessories-news/jewelry/mattioli-milan-flagship-global-expansion-1239244199/



"If we are in the right spaces and with the right partners, we will be ready to take market share as soon as consumption rebounds," he said with confidence. "It is an algorithm; it is science. We do not have the power to stop two wars, but we can do our best to make as few mistakes as possible."

Retail was a key priority, with Milan viewed as the most important next step in Italy. The store overlooking the luxury shopping street in Milan's Golden Triangle — decked in a sophisticated shade of champagne — is defined by sinuous shapes that nod to the Puzzle collection with durmast wood detailing and accents in the signature Mattioli color, an intense burgundy.

"Milan is a milestone for us, a sine qua non for becoming recognizable internationally. We are aware that it is not a trivial undertaking, but it is strategic because it is the piece needed to complete the picture: full brand awareness, recognition and desirability....The move may be seen as premature, [but it is not]. There is never a good time to lose money on a boutique, but it is better to do it [now]," he said with a chuckle.

The store — which was inaugurated on Monday with help from the brand's first ambassador Chiara Ferragni — opens weeks before the fully revamped, storied flagship on Rome's Via del Babuino is unveiled and follows the opening of units in Forte dei Marmi and Porto Cervo, both high-traffic resort destinations in Italy.

As part of its push in real estate, the company is also finalizing new 4,305-square-foot headquarters on Turin's Piazza San Carlo to better accommodate the brand's operations. It is scheduled to open in November, with a showroom to follow in January.

WWD.COM
Date:22 settembre 2026

https://wwd.com/accessories-news/jewelry/mattioli-milan-flagship-global-expansion-1239244199/



Inside the Mattioli flagship in Milan. COURTESY OF MATTIOLI

Paris is already on Pasta's mind, although a location has yet to be found.

"Of course in 10 years, I see the brand with flagships in Paris, New York and probably Asia, starting with Japanese department stores," he said.

The Mattioli brand currently accounts for a low-double-digit share of the company's total revenues, Pasta said, and has enjoyed double-digit growth year-over-year.

"There is a great deal of uncertainty around luxury at the moment, but we want to accelerate and push forward to close the gap with the major brands. I joined with a business plan that calls for reaching a highly profitable market position in five years, with revenues three- to four-times the baseline," Pasta offered.

With about 250 wholesale partners across geographies, Pasta said the brand is committed to taking additional qualitative market share in Europe and the Middle East, conflict notwithstanding.

WWD.COM
Date:22 settembre 2026

https://wwd.com/accessories-news/jewelry/mattioli-milan-flagship-global-expansion-1239244199/



"Europe is the central focus of the first two years of the business plan, with strong acceleration also in the Middle East, a highly responsive market even now, despite the war. We are seeing good results in the market...and we are evaluating franchising opportunities in Saudi Arabia and the United Arab Emirates," he said.

Europe generates 80 percent of wholesale revenues.

The executive sounded more cautious about overseas geographies, while acknowledging that the U.S. is perhaps the most obvious and lucrative target. The brand currently has offices on Fifth Avenue and counts about 10 retailers in the country, but he doesn't see a further push in the near-term.

On the contrary, he sees Asia and particularly Japan as an interesting target, especially as the country's taste for stackable, layered jewelry resonates with the brand's offering. "We are stepping on the gas there because we believe we can build brand equity and reputation more quickly than elsewhere in Asia," Pasta contended.

"I do not want to look for shortcuts to achieve results quickly at the expense of the bigger picture and long-term success, because we could end up paying for that in the future," he said.

CHIECHI.IT
Date:23 settembre 2026

https://www.chiechi.it/mattioli-celebra-lapertura-della-nuova-boutique-di-via-della-spiga-1/

MODA



Set 23

MATTIOLI celebra l'apertura della nuova boutique di via della Spiga 1

Mattioli ha celebrato ieri sera, con uno speciale cocktail che ha inaugurato la Milan Fashion Week, l'apertura della sua nuova boutique milanese al **numero 1 di Via della Spiga**. Nel cuore del Quadrilatero della Moda, il brand torinese porta così la propria identità e il proprio savoir-faire, profondamente legati alla città d'origine, aprendosi al contempo a una nuova fase di crescita e sviluppo internazionale.Per l'occasione, Mattioli ha scelto di portare nella nuova boutique non soltanto le proprie collezioni, ma anche una parte dell'identità e del patrimonio che ne definiscono l'essenza: un legame profondo con Torino e con le eccellenze del suo territorio.La serata è stata concepita come un racconto corale dell'universo Mattioli, dove persone, mestieri e talenti si sono incontrati in un percorso che ha intrecciato **savoir-faire artigianale, creatività, cultura del gusto e ospitalità**. Un racconto costruito attraverso eccellenze e professionalità profondamente legate al territorio torinese,

CHIECHI.IT
Date:23 settembre 2026

https://www.chiechi.it/mattioli-celebra-lapertura-della-nuova-boutique-di-via-della-spiga-1/

scelto dalla Maison per portare a Milano una parte autentica della propria identità.A partire dalla presenza di **tre incisori e un orafo**, che hanno lavorato dal vivo all'interno della boutique, offrendo agli ospiti uno sguardo ravvicinato sulla precisione e maestria orafa che sono alla base della creazione di un gioiello. Un gesto concreto per raccontare il valore della manifattura e quella cultura del fare che appartiene da sempre alla storia di Mattioli.Il legame con Torino ha trovato espressione anche attraverso una selezione di realtà e professionisti che rappresentano l'eccellenza del territorio. **Guido Gobino**, storico nome dell'alta cioccolateria torinese, ha accompagnato la serata con una proposta dedicata al gusto, mentre **Marco Segantin** ha interpretato gli spazi della boutique attraverso un sofisticato allestimento floreale. Il percorso dedicato all'ospitalità è stato completato dal catering firmato **The Golden Spoon**, contribuendo a creare un'esperienza capace di unire eleganza, convivialità e attenzione al dettaglio.A dialogare con i gioielli e il pubblico presente, **l'arte di Maurizio Galimberti** ha aggiunto alla serata una dimensione personale e performativa. Gli ospiti hanno avuto infatti l'opportunità di essere **ritratti direttamente dall'artista**, diventando protagonisti di un'esperienza esclusiva e partecipativa. Attraverso la sua inconfondibile ricerca visiva, Galimberti ha così trasformato il ritratto in un momento di incontro tra artista e pubblico, creando un dialogo spontaneo tra **arte contemporanea, identità e cultura del gioiello**.A condividere questo importante momento con Mattioli anche **Chiara Ferragni**, nuova ambassador del brand, la cui presenza ha segnato l'inizio di una collaborazione che si inserisce nel nuovo percorso di sviluppo della realtà torinese. Tra gli ospiti intervenuti alla serata anche **Marica Pellegrinelli**, **Sara Pagliaroli**, **Chiara Piscedda** e **Catherine Poulain**, che ha inoltre accompagnato l'evento con un esclusivo DJ set.Con la nuova boutique di Via della Spiga, Mattioli porta quindi nel cuore di Milano una storia nata a Torino e costruita nel tempo attorno a savoir-faire, creatività e ricerca. Un nuovo spazio che diventa così punto d'incontro tra le radici del brand e una dimensione sempre più internazionale, nel segno di una crescita che continua senza perdere il legame con le proprie origini.

FASHIONTIMES.IT

Date:23 settembre 2026

https://www.fashiontimes.it/2026/09/mattioli-apre-in-via-della-spiga-torino-porta-la-sua-alta-gioielleria-nel-cuore-di-milano/

FASHIONTIMES®



GIOIELLI

Mattioli apre in Via della Spiga: Torino porta la sua alta gioielleria nel cuore di Milano



Melinda Hoxhaj

C'è un modo di aprire una boutique che va oltre il taglio del nastro. **Mattioli** lo ha dimostrato la sera del 21 settembre 2026, quando ha celebrato l'apertura del suo nuovo spazio milanese al **numero 1 di Via della Spiga** con un evento che ha portato dentro le mura della boutique tutto ciò che definisce l'identità del brand: artigiani al lavoro, cioccolato torinese, arte contemporanea, fiori e musica. ù

GUARDA ANCHE: Martino Midali ICONICA: la sfilata che celebra la bellezza di essere donna

Un racconto corale dell'universo **Mattioli**, costruito attraverso eccellenze e professionalità profondamente legate al territorio torinese, scelto dalla Maison per portare a Milano una parte autentica della propria identità.

Un racconto corale dell'universo **Mattioli**, costruito attraverso eccellenze e professionalità profondamente legate al territorio torinese, scelto dalla Maison per portare a Milano una parte autentica della propria identità.

Una boutique nel cuore del Quadrilatero della Moda



Press Office Mattioli

L'apertura della boutique di **Via della Spiga 1** segna un momento importante nel percorso di **Mattioli**: il brand torinese, profondamente radicato nella storia e nel savoir-faire della sua città d'origine, apre così una nuova fase di crescita e sviluppo internazionale, scegliendo come palcoscenico uno degli indirizzi più prestigiosi della moda mondiale.

FASHIONTIMES.IT

Date:23 settembre 2026

https://www.fashiontimes.it/2026/09/mattioli-apre-in-via-della-spiga-torino-porta-la-sua-alta-gioielleria-nel-cuore-di-milano/

Nel cuore del **Quadrilatero della Moda**, la nuova boutique non è semplicemente un punto vendita: è uno spazio che porta con sé una storia, una cultura artigianale e un legame con il territorio che **Mattioli** ha voluto rendere visibile e tangibile sin dalla sera inaugurale. Un gesto che dice molto sulla filosofia del brand: il lusso non come status, ma come qualità autentica e riconoscibile.

L'apertura ha inaugurato la **Milan Fashion Week**, trasformando l'evento in un doppio racconto, quello della moda internazionale che anima la città in quei giorni e quello più intimo e artigianale che appartiene da sempre a **Mattioli**.

Incisori e orafi al lavoro: il savoir-faire reso visibile

La scelta più significativa della serata inaugurale è stata quella di portare dentro la boutique **tre incisori e un orafo**, che hanno lavorato dal vivo offrendo agli ospiti uno sguardo ravvicinato sulla precisione e maestria orafa che sono alla base della creazione di un gioiello. Non una dimostrazione didattica, ma un gesto autentico di trasparenza: mostrare il processo, far vedere le mani che lavorano, rendere visibile quel "**cultura del fare**" che appartiene da sempre alla storia di **Mattioli**.



FASHIONTIMES.IT

Date:23 settembre 2026

https://www.fashiontimes.it/2026/09/mattioli-apre-in-via-della-spiga-torino-porta-la-sua-alta-gioielleria-nel-cuore-di-milano/

È raro, nel contesto di un evento di moda, vedere la manifattura celebrata in modo così diretto e non mediato. La scelta di **Mattioli** di farlo proprio nella sera dell'inaugurazione, davanti a ospiti, stampa e clienti, racconta molto sulla direzione che il brand vuole percorrere: quella di chi non ha paura di mostrare come nascono le proprie creazioni, perché sa che la qualità del processo è parte integrante del valore del prodotto.

Torino a Milano: Guido Gobino, Marco Segantin e The Golden Spoon

Il legame con Torino ha trovato espressione attraverso una selezione di realtà e professionisti che rappresentano l'eccellenza del territorio. **Guido Gobino**, storico nome dell'alta cioccolateria torinese, ha accompagnato la serata con una proposta dedicata al gusto, portando nella boutique milanese quella tradizione dolciaria che è parte integrante dell'identità culturale della città piemontese.

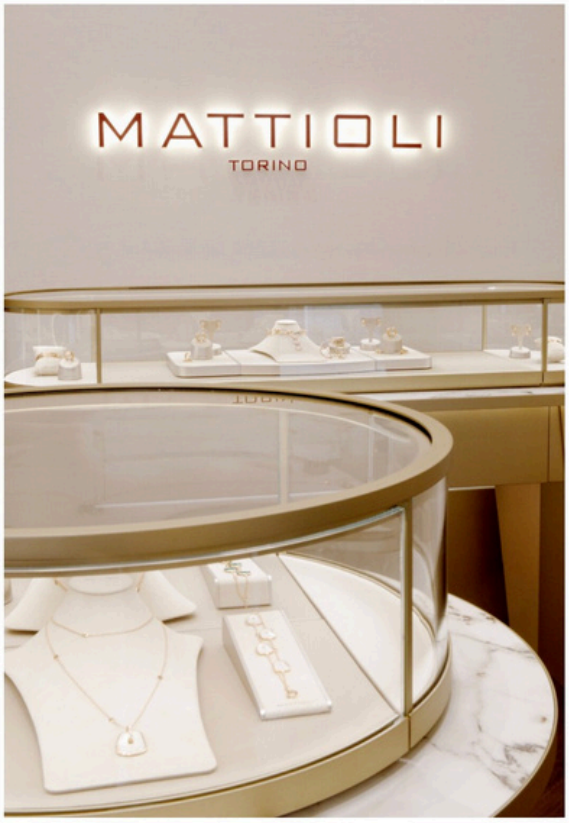
Marco Segantin ha interpretato gli spazi della boutique attraverso un sofisticato **allestimento floreale**, trasformando l'ambiente in un racconto visivo capace di dialogare con i gioielli esposti senza mai competere con loro. Il catering firmato **The Golden Spoon** ha completato il percorso dedicato all'ospitalità, contribuendo a creare un'esperienza capace di unire eleganza, convivialità e attenzione al dettaglio.

Tre eccellenze torinesi portate a Milano per una sera, a costruire insieme quel racconto di identità territoriale che **Mattioli** ha scelto come manifesto della propria apertura.

Maurizio Galimberti: i ritratti che diventano dialogo

A dialogare con i gioielli e il pubblico presente, **l'arte di Maurizio Galimberti** ha aggiunto alla serata una dimensione personale e performativa. Gli ospiti hanno avuto l'opportunità di essere **ritratti direttamente dall'artista**, diventando protagonisti di un'esperienza esclusiva e partecipativa. Attraverso la sua inconfondibile ricerca visiva, **Galimberti** ha trasformato il ritratto in un momento di incontro tra artista e pubblico, creando un dialogo spontaneo tra **arte contemporanea, identità e cultura del gioiello**.

È stata forse la scelta più poetica della serata: in un contesto dedicato agli oggetti preziosi, spostare l'attenzione sulle persone, sulla loro unicità, sul modo in cui il gioiello si relaziona con chi lo indossa. Un gesto che racconta molto sulla visione di **Mattioli**: i gioielli non esistono in astratto, ma sempre in relazione a chi li porta.



Press Office Mattioli

THEUNISSUEMAGAZINE.IT
Date:23 settembre 2026

https://www.theunissuemagazine.it/fashion-beauty/mattioli-nuova-boutique-milano-via-della-spiga/

Mattioli porta Torino in Via della Spiga. E apre una nuova casa a Milano

Fashion & Beauty | Settembre 22, 2026 | By Silvia Sangalli



Nel cuore del Quadrilatero della Moda, la Maison torinese inaugura la nuova boutique al numero 1 di Via della Spiga, con Chiara Ferragni nel ruolo di nuova ambassador.

Ci sono indirizzi che, a Milano, valgono quasi quanto una dichiarazione d'intenti. Via della Spiga 1 è uno di questi. Ed è proprio qui che Mattioli ha scelto di aprire la sua nuova casa milanese, celebrandone l'inaugurazione con un cocktail che ha dato il via alla settimana della moda. Un passaggio importante per la Maison, che porta nel Quadrilatero non soltanto i suoi gioielli, ma un pezzo di Torino, della sua cultura artigianale e di quel savoir-faire italiano che da sempre ne definisce l'identità.

Da Torino a Milano, senza perdere le proprie radici

La nuova boutique segna per Mattioli una tappa nel percorso di crescita e sviluppo internazionale, ma lo fa partendo dalle origini. Per l'inaugurazione, infatti, il brand ha scelto di raccontare Milano attraverso Torino, costruendo una serata intorno alle persone, ai mestieri e alle eccellenze che appartengono al suo territorio.

All'interno della boutique, tre incisori e un orafo hanno lavorato dal vivo, mostrando agli ospiti quella precisione quasi invisibile che precede il gioiello finito. Mani, strumenti, gesti e tempo: dietro la brillantezza dell'alta gioielleria torna così in primo piano la cultura del fare.

THEUNISSUEMAGAZINE.IT
Date:23 settembre 2026

https://www.theunissuemagazine.it/fashion-beauty/mattioli-nuova-boutique-milano-via-della-spiga/

Una boutique che diventa racconto

Non solo gioielli. Per una sera il nuovo spazio di Via della Spiga si è trasformato in un piccolo racconto torinese nel cuore di Milano. Guido Gobino, nome dell'alta cioccolateria piemontese, ha portato la sua interpretazione del gusto, mentre Marco Segantin ha firmato l'allestimento floreale degli spazi. A completare l'esperienza, il catering di The Golden Spoon.

Un insieme di linguaggi diversi, accomunati dalla stessa attenzione per il dettaglio: quella che attraversa un gioiello, una composizione floreale, un sapore e, più in generale, una certa idea italiana di bellezza.



Geometrie preziose e giochi di colore raccontano l'universo creativo di Mattioli

THEUNISSUEMAGAZINE.IT
Date:23 settembre 2026

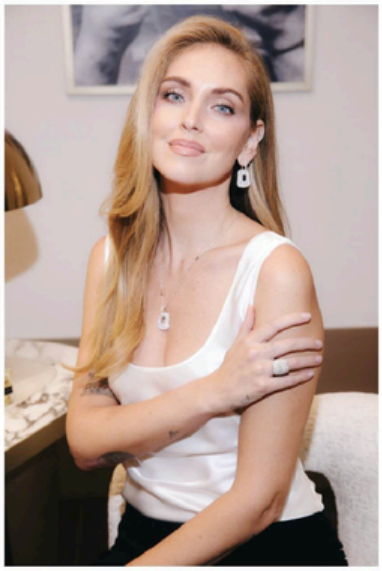
https://www.theunissuemagazine.it/fashion-beauty/mattioli-nuova-boutique-milano-via-della-spiga/

Quando l'alta gioielleria incontra l'arte

A dialogare con le creazioni Mattioli è stata anche l'arte di Maurizio Galimberti. Durante la serata, il fotografo ha ritratto gli ospiti direttamente all'interno della boutique, trasformando il pubblico da spettatore a protagonista.

Il suo linguaggio visivo ha aggiunto così una dimensione performativa all'inaugurazione: il ritratto come incontro, l'immagine come gesto immediato e l'arte contemporanea che entra nello spazio dell'alta gioielleria senza bisogno di troppe presentazioni.





Chiara Ferragni, nuova ambassador Mattioli, durante l'opening milanese

Chiara Ferragni, nuovo volto Mattioli

Tra gli ospiti della serata anche Chiara Ferragni, nuova ambassador di Mattioli. Una collaborazione che accompagna la nuova fase di sviluppo della Maison e la sua apertura verso una dimensione sempre più internazionale.

Presenti all'inaugurazione anche Marica Pellegrinelli, Sara Pagliaroli, Chiara Piscedda e Catherine Poulain, che ha accompagnato la serata con un DJ set.

Con Via della Spiga 1, Mattioli aggiunge dunque un nuovo indirizzo alla geografia del lusso milanese. Ma soprattutto porta con sé una storia nata altrove, a Torino, fatta di artigianalità, creatività e ricerca. Perché si può cambiare città, aprire nuove porte e guardare sempre più lontano senza necessariamente lasciare indietro il luogo da cui tutto è cominciato.

FASHIONUNITED.IT

Date:25 settembre 2026

https://fashionunited.it/news/retail/mattioli-rafforza-la-presenza-nel-retail-e-apre-un-punto-vendita-in-via-della-spiga-a-milano/2026092531756

Mattioli rafforza la presenza nel retail e apre un punto vendita in via della Spiga a Milano



L'interno dello store *Credits: Mattioli*



Scritto da Isabella Naef
25 set 2026

Mattioli consolida la propria rete distributiva con l'apertura di una nuova boutique al numero 1 di via della Spiga, nel Quadrilatero della Moda a Milano.

L'operazione rientra nel piano di sviluppo del marchio d'alta gioielleria torinese, volto a potenziare il posizionamento strategico sul mercato nazionale e a sostenere la crescita nei contesti internazionali.

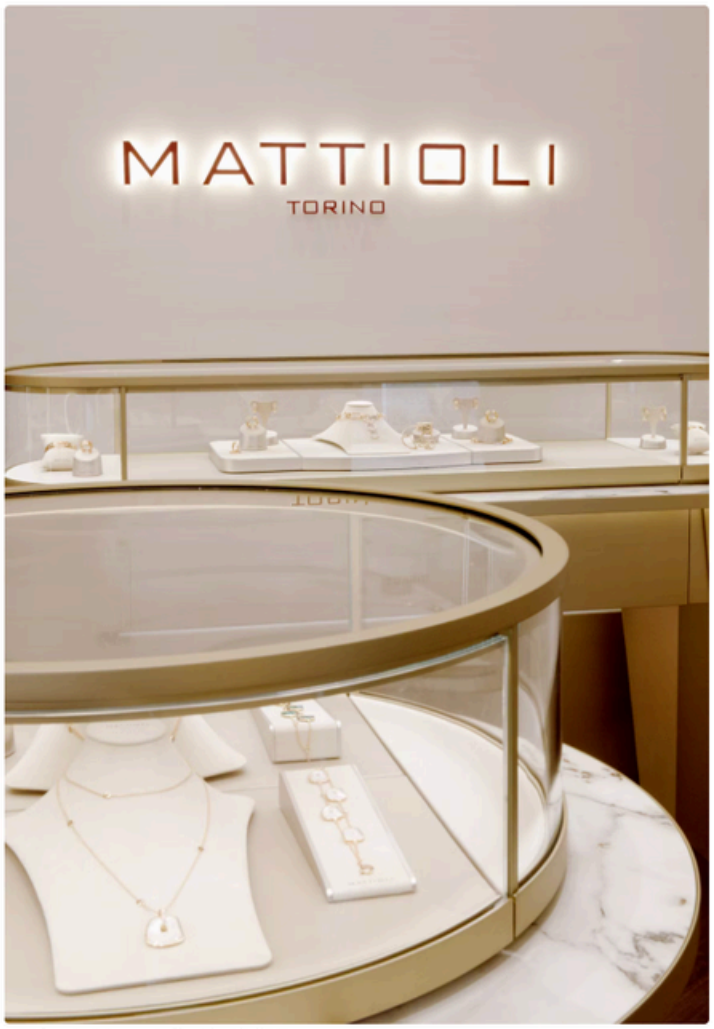
L'inaugurazione ufficiale si è tenuta con un evento che ha coinciso con l'apertura della Milano fashion week.

FASHIONUNITED.IT

Date:25 settembre 2026

https://fashionunited.it/news/retail/mattioli-rafforza-la-presenza-nel-retail-e-apre-un-punto-vendita-in-via-della-spiga-a-milano/2026092531756

L'azienda ha accompagnato l'ingresso nel mercato milanese portando nello spazio retail le competenze artigianali del distretto piemontese. L'evento di presentazione ha visto la partecipazione di tre incisori e un orafo che hanno eseguito lavorazioni dal vivo all'interno dei locali, illustrando le tecniche manifatturiere alla base della produzione orafa del brand. La strategia di comunicazione e posizionamento per la nuova fase di espansione prevede la collaborazione con Chiara Ferragni, nominata nuova ambassador della casa di gioielleria.



L'interndo del negozio *Credits: Mattioli*

ILSOLE24ORE.COM
Date:25 settembre 2026

https://www.ilsole24ore.com/art/sfilate-mostre-eventi-oltre-200-eventi-nuova-settimana-moda-AJcrG9KB

Servizio | Da oggi a lunedì 28

Sfilate, mostre, eventi: oltre 200 eventi nella nuova settimana della moda

A Milano le collezioni per la PE 2027, fra ritrovata fiducia e timori per il rialzo dei costi energetici. Per la città un indotto di oltre 219 milioni

di Giulia Crivelli
22 settembre 2026

Aggiungi Il Sole 24 Ore ai preferiti su Google

Come accade durante le altre settimane della moda (febbraio e settembre per la donna, gennaio e giugno per l'uomo), ci saranno effetti positivi sulla città: Confcommercio stima che da oggi al 28 settembre l'indotto della spesa turistica supererà i 219 milioni con un calo dell'8% rispetto al settembre 2025, ma in crescita dell'1,4% sul febbraio di quest'anno: 100,8 milioni di euro saranno destinati allo shopping; 85,4 a ricettività e ristorazione; 32,9 ai trasporti. Previsti quasi 141mila visitatori, con un aumento degli stranieri (+22%) e un calo de gli italiani (-29%). In tema di shopping, da segnalare le molte aperture di questi giorni, da Dior a Prada, passando per Mattioli (si veda l'intervista in pagina) e, restando in tema gioielli, oggi sarà presentata la sesta edizione della Milano Jewelry Week, in programma dal 20 al 26 ottobre.

VIVIMILANOCORRIERE.IT
Date:29 settembre 2026

https://vivimilano.corriere.it/shopping/mattioli/



Nel quadrilatero della moda ha aperto la boutique del brand di alta gioielleria torinese, fondato nel lontano 1860, un nuovo spazio che diventa punto d'incontro tra le radici del brand e una dimensione sempre più internazionale, nel segno di una crescita che continua senza perdere il legame con le proprie origini. Specializzata nella creazione e lavorazione manuale di gioielleria e oreficeria di alta qualità, l'azienda si avvale del prezioso contributo di un nutrito staff di artigiani che lavorano l'oro a ciclo completo: dalla fusione del lingotto fino al pezzo finito. Ogni gioiello della maison è un pezzo d'arte che mixa l'accurata ricerca della lavorazione artigianale con un design originale: collezioni moderne, colorate e versatili pensate per una donna dinamica, sensuale, che ama personalizzare il proprio stile.