

Espansione

# Da Fay archive il 30% dei ricavi

Lo spiega a MFF il creativo Michele Lupi, che alla Polveriera svela la limited edition di 105 giacche realizzate con tende dell'esercito americano del 1945. **Tommaso Palazzi (Firenze)**

«**D**a 150 tende americane paracadutate a Napoli nel 1945 abbiamo ricavato 105 giacche ognuna diversa dall'altra. Una limited edition in omaggio a questa edizione di Pitti immagine uomo 105 per un nuovo capitolo di Fay archive». Così Michele Lupi, creativo a capo dei progetti speciali del gruppo Tod's spiega la nuova incursione a cavallo tra arte, moda e upcycle della linea di ricerca del brand Fay. «Dal lancio nel 2019, le vendite di Archive sono passate al 30% del totale», racconta, e la linea debutta all'edizione invernale di Pitti uomo con il progetto fortemente legato allo stile workwear delle giacche dei pompieri del Massachusetts e a quel-



Michele Lupi in Fay archive

lo outdoor statunitense. Nel 1945, alla fine della seconda guerra mondiale, l'esercito americano lasciò volontariamente sul territorio italiano gran parte del materiale importato dagli Stati Uniti attraverso il porto navale di Napoli: tra camion Dodge, Jeep Willys e gruppi elettrogeni, rimase stocata in vari magazzini del sud Italia anche una grande varietà di abbigliamento militare mai utilizzato e un gran numero di tende e materiali da campo. Le tende in questione sono arrivate nella forma originale e conservate nei loro imballaggi. Per essere poi state trasferite nei laboratori Fay per essere trasformate in giacche. Saranno in vendita da settembre. Atteso il sold out. (riproduzione riservata)

Partnership

## VITALE BARBERIS CANONICO, 360 ANNI CON CARUSO

Il lanificio biellese ha ospitato a Firenze l'evento The saxon club, concludendo i festeggiamenti per il nuovo traguardo

**V**itale Barberis Canonico chiude i festeggiamenti per i 360 anni di storia, iniziati nel 2023, con l'evento The saxon club, in scena ieri sera in occasione di Pitti uomo 105. Lo storico lanificio biellese, ancora saldamente in mano alla famiglia fondatrice, ha svelato nella Galleria Secchi a Firenze un'installazione con una special edition di giacche in collaborazione con Caruso. Al centro della capsule la giacca Aida del marchio menswear, completamente intelata e sfoderata e che sarà venduta in collezione, proposta in dieci fantasie di archivio, una per ogni tappa della plurisecolare azienda piemontese, che rappresentano lo spirito e il gusto della loro epoca. Le fantasie sono state realizzate nella flanella The saxon club in pura lana Saxon Merino, un materiale che ha fatto la storia del tessile e che ha come caratteristica principale un crimp molto elevato che fa assomigliare la fibra a una sorta di molla, che conferisce grande corpo e struttura alla fibra stessa. «Abbiamo scelto Caruso, nostro cliente da tempo, in quanto azienda primaria e ambasciatrice del Made in Italy», ha spiegato a MFF il direttore creativo Francesco Barberis Canonico. «Il 2023 è stato un buon anno archiviato con 160 milioni di fatturato, di cui l'80% da vendite estere. Per quello in corso bisogna capire cosa sarà il new normal». L'imprenditore ha poi parlato dei nuovi progetti. «Stiamo esplorando il mondo femminile legato al business, un settore in crescita visto che si parla anche di su misura da donna». E alla domanda se il gruppo prevede acquisizioni di filiera, ha chiosato: «Non abbiamo niente in cantiere, ma se ci sono dei dossier li valutiamo». (riproduzione riservata)



La capsule Vitale Barberis Canonico x Caruso

Matteo Minà (Firenze)

Strategie

## JECKERSON, NEI PIANI DEL RILANCIO C'È LO SVILUPPO ALL'ESTERO

Il marchio di pantaloni, oggi sotto il controllo di Mittel, prevede il 25% da sell out oltreconfine nel prossimo biennio e scommette anche sulla donna

**J**eckerson stima una crescita nell'anno in corso, guarda all'estero e continua il riposizionamento sotto la guida di Mittel. Il brand di pantaloni fondato nel 1995 e oggi sotto la proprietà di Sport fashion service, che fa capo alla stessa holding di investimenti industriali Mittel (che controlla anche Ciesse piumini), è presente a Pitti uomo con l'a-i 2024/25. «Il rilancio avviato un anno fa è partito con passi solidi e il 2024 sarà di tenuta e crescita», ha spiegato a MFF Mauro Ravizza Krieger, direttore creativo di Jeckerson, proseguendo: «Siamo ottimisti sia per le marginalità positive che per il recupero di diversi clienti storici del marchio in Italia. Abbiamo ripensato la fascia distributiva con l'obiettivo di togliere alcuni clienti per valorizzare i

multimarca e oggi siamo a 350 negozi». Tra i progetti, anche un riposizionamento a livello di immagine e comunicazione. Inoltre, il focus futuro sarà anche lo sviluppo oltreconfine. «Nei prossimi due anni contiamo di arrivare a un 25% dall'estero, partendo da mercati vicini come la Spagna. Ci muoveremo in maniera qualitativa più che quantitativa», ha proseguito Ravizza Krieger, che ha affrontato anche il tema del prodotto. «Esploriamo il pantalone a 360°, ripartendo dalle origini e da vestibilità più comode adatte a un nuovo consumatore, ma stiamo lavorando anche sulla donna lanciata l'inverno scorso. L'idea è di accompagnare il cliente nei diversi modi di vestire per un marchio sempre più urbano e trasversale». (riproduzione riservata)

Matteo Minà (Firenze)



Un modello Jeckerson

Iniziativa

## PITTI PETS TORNA CON IL LIFESTYLE PER GLI ANIMALI

Dopo il debutto dello scorso gennaio, il progetto per cani e gatti va in scena con brand come I love my dog e Ugo

**T**utte le novità del mondo lifestyle dedicate agli amici a quattro zampe tornano in scena nella sezione Pitti pets. Dopo il debutto dello scorso gennaio, Pitti uomo ha infatti dedicato uno spazio agli accessori per cani e gatti alle Costruzioni Lorenese in Fortezza da Basso. Un'area speciale studiata da Ilaria Marelli, architetto e designer. Il progetto espositivo è stato celebrato ieri con un cocktail speciale per buyer e stampa. Evidenziando così un segmento di mercato in grande crescita e sempre più di moda. Tra i marchi protagonisti, I Love my dog, Labilla e Lollipop e poi ancora 2.8 Duepuntootto design for dogs, nato nel 2016 da un'idea di Anna Bussolotto. I prodotti, che mixano design, praticità nella manutenzione e attenzione per l'ambiente, sono pensati per un uso quotidiano e dedicati a fotografi come Annie Leibovitz, Richard Avedon e Steve McCurry. Bullophilosophy è invece una collezione nata per Bulldog e disponibile su richiesta per altre razze. L'azienda Made in Italy produce capi personalizzabili e in limited edition per le necessità degli animali in città e in alta quota. Si spazia dai collari fatti a mano in vero cuoio conca vegetale ai maglioni in pura lana merinos e cashmere, fino a impermeabili, cerate e piumini con cappuccio. Faliero Sarti per pets ha invece raccolto tutto il savoir faire del lanificio toscano guidato alla creatività da Monica Sarti, rappresentante della terza generazione di famiglia, per realizzare bandane e plaid in cashmere personalizzabili con nomi o foto. Presenti tra le label anche My Family, Ugo, United pets e Poltrona frau. (riproduzione riservata)



Sopra, un'immagine Faliero Sarti for pets

Alice Merli (Firenze)

## Progetti

Con «Velvet mi amor», il focus è sul velluto

Parole di velluto. Quelle che presentano a Pitti il volume Velvet mi amor con cui Stefano Chiasai, stilista noto nella moda come pro del menswear, ha unito



le forze con la figlia e designer Corinna. Per raccontare modalità progettuali, abbinamenti e forme di un tessuto che viene dal passato ma è già proiettato al futuro, tra nuove lavorazioni e performance. Edito da Dario Cimorelli editore, il libro svela una sezione narrativa accanto a una parte storica a cura dello scrittore Stefano Ferri. Con una prefazione di Beppe Angiolini, owner di Sugar, a cui si aggiunge l'introduzione di Andrea Cancellato, direttore dell'Adi design museum. Mentre la curatela del progetto è stata affidata a Marius Hordijk, co-founder assieme a Stefano Chiasai di TheCube archive, archivio ispirazionale per la ricerca e il noleggio di capi e accessori. Dove oggi trova casa anche una collezione sperimentale, i cui pezzi più esemplari sono esposti in un'installazione artistica allo Spazio Carra in Fortezza (nella foto un manichino). (riproduzione riservata)

Margherita Malaguti (Firenze)