

MODA24

SPECIALE PITTI UOMO



**Officina profumo farmaceutica di Santa Maria Novella.** La sua fondazione risale al 1612. A dare vita a questo luogo, passato a gestione privata nell'800, furono inizialmente i frati che decisero di aprirlo al pubblico. Figurava nella guida alle Bellezze della città di Firenze già nel 1667



**Castori.** Mocassino da uomo in camoscio cashmere, proposto nella tonalità brun pomace. Una calzatura versatile, pensata per impreziosire anche un look informale



**Geox punta su Asia e Nordamerica**

L'azienda torna a Pitti dopo più di un decennio con le novità di capispalla e calzature casual e formali

**INNOVAZIONE**

di Marika Gervasio



**A. Testoni.** Classico e funzionale allo stesso tempo, lo zaino multitasche in morbido vitello vintage color testa di moro è impreziosito da dettagli giallo limone



**Rocco P.** La loafer Reverso in cavallo rovesciato è morbida, funzionale e chic. Si tratta di una forma media per il marchio, ispirata tuttavia all'heritage aziendale



**Campomaggi.** Maxi borsa in canvas con dettagli e tasconi in pelle. Capiente e funzionale, abbinata i toni del verde e del marrone e può essere usata come borsa o zaino, grazie agli spallacci in cuoio che sono staccabili

«Dopo più di un decennio saremo presenti al Pitti. Sarà l'occasione per presentare le nostre nuove proposte di capispalla e di calzature dal mondo casual a quello formale frutto dell'investimento in ricerca e sviluppo che pesa per circa il 2% sul fatturato annuo». Mario Moretti Polegato, fondatore e presidente di Geox parla con orgoglio dei risultati raggiunti dalla sua azienda che è tornata alla Fortezza da Basso a Firenze.

«Nei nostri laboratori» - continua - nascono le evoluzioni tecnologiche, specialmente quelle legate alla termoregolazione delle nostre scarpe e dei nostri capi di abbigliamento. Oggi disponiamo di circa 60 tecnologie brevettate. Il prodotto benefica costantemente delle innovazioni elaborate nei nostri laboratori di ricerca e sviluppo del design creato dai nostri stilisti».

Un esempio è la nuova calzatura Nebulata per camminare e per essere indossata ogni giorno e in ogni luogo, grazie alla tecnologia brevettata Geox che assicura massima leggerezza, traspirabilità e termoregolazione, offrendo la sensazione di camminare su una nuvola. Sarà presentata a Pitti assieme allo scarpone con brevetto Amphibio, dove la speciale membrana traspirante e impermeabile protegge sia la suola sia la tomaia lasciando il piede libero di respirare naturalmente; Dressy, la scarpa formale con suola in cuoio; e, infine, Xunday 2Fit, della linea Xenese, progetto di punta nel mondo sneaker Geox per la primavera-estate 2016 con suola leggera in Eva (uno speciale polimero), dettagli in gom-

ma sul battistrada e tagli invisibili che ne aumentano la flessibilità. L'interno, realizzato in mesh 3d, garantisce traspirazione, con sistema easy entry e una particolare fodera "a calzino" che ne consente l'utilizzo a piedi nudi. La sneaker è inoltre integrata con la tecnologia Net breathing system, che abbinata a rete protettiva alla membrana traspirante garantendo un elevatissimo livello di traspirazione su tutta la superficie del piede. Grazie ad due sottopiedi diversi il modello ha una calzata a Fit ideale per un consumatore trasversale.

«Abbiamo chiuso il 2014, con un fatturato di 824 milioni di euro rispetto ai 754 milioni del 2013 - continua Polegato - L'export rappresenta circa il 77% del fatturato. Il primo trimestre è stato in linea con le nostre attese e prevediamo di chiudere il 2015 in crescita rispetto al 2014».

E aggiunge: «L'Europa rappresenta il nostro primo mercato. In particolare paesi come la Germania, la Francia e la Spagna sono rilevanti. Siamo presenti in 114 paesi nel mondo. Fuori dal continente europeo stiamo puntando al mercato asiatico, in particolare in Cina, dove stiamo incrementando la nostra presenza, alla Russia e agli Stati Uniti. L'espansione all'estero rappresenta una delle nostre priorità e vogliamo cogliere tutte le opportunità che offrono oggi l'Asia e il Nordamerica. Abbiamo circa 1.250 negozi monomarca nel mondo e siamo distribuiti in più di 10 mila negozi multimarca. Stiamo investendo nell'e-commerce che sta crescendo velocemente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Shopping in centro.** Un'immagine dell'interno dello store Geox di via Torino angolo via Speranari a Milano



**Sutor Mantelassi.** La MM3, disegnata da Scott Schuman, mantiene la caratteristica forma della scarpa originale, resa però più robusta da un pellame robusto e da una suola a carrarmato

**Lungo ideale.** Un'illustrazione della Via dell'Uomo di via Gesù, "trasportata" per l'occasione alla Fortezza da Basso, come fil rouge ideale tra Firenze e Milano



**Caruso al centro della Via dell'uomo**

Lad Angeloni: «In un corto con Giancarlo Giannini l'essenza dell'eleganza italiana e del piacere per il viver bene»

**TESTIMONIAL D'ECCEZIONE**

di Giulia Crivelli

«Non s'è mai visto un gentiluomo che un'ora faccia gesti inconsueti. E quindi mai potrebbe captare avendo davanti Umberto Angeloni, ceo del brand sartoriale maschile Caruso. Però è sintattico che la sua è una calma esteriore, che sotto la superficie si agitano mille idee e progetti e che in questo momento ruotano tutti intorno alla sua idea di "Good Italian", un'espansione presa a prestito da Hemingway per spiegare come vesta - e viva - l'uomo che veste Caruso».

Tra due giorni per comunicare con maggiore chiarezza (ma sempre "sottovoce") i valori del marchio sarà online un cortometraggio di cinque minuti con protagonista Giancarlo Giannini, interamente girato a Soragna, alle porte di Parma, dove ha sede l'azienda. «Non ho mai pensato a un testimonial in senso classico, né andrei a cercare attori famosi per convincerli a indossare Caruso - racconta Angeloni - Con Giannini è diverso. Il breve film che abbiamo girato in una cascina - castello della zona coglie tutti gli elementi del nostro mondo: il paesaggio naturale, il vocazione all'ospitalità, il piacere non solo di vestire ma di mangiare, bere, ascoltare musica».

Il marchio Caruso - che nel gennaio scorso ha aperto il primo flagship store in Italia, nel quadrilatero della moda di Milano - è solo una parte dell'azienda guidata da Angeloni - asserisce il 25% del fatturato (60 milioni nel 2014, stabile rispetto al 2013) con un export dell'80%. Il restante 75% è diviso tra produzione di abiti da uomo per altre maison del lusso, soprattutto francesi, e per negozi multimarca che hanno anche un private

label. «Il cortometraggio ha un risvolto commerciale, ma anche questo è particolare: ogni capo Caruso indossato da Giannini o dal suo ospite sarà "instantly shoppable" su The Corner - aggiunge il ceo - Sono convinto anch'io che la distribuzione del futuro sarà omnichannel, ma credo molto nei negozi reali. E i risultati del Milano e New York, aperto alla fine del 2014, ci danno ragione».

Con Firenze e Pitti Caruso ha stabilito un fil rouge, per questa 88esima edizione: «In gennaio, in occasione dell'apertura di via Gesù, abbiamo dato vita al progetto "Via dell'uomo", nato per coinvolgere tutti i negozi della strada in progetti speciali e per far diventare la via un punto di riferimento mondiale per uomini alla ricerca di qualità e stile nel vestire, ma anche nel vivere».

Ora la Via dell'uomo si "trasferisce" a Firenze: la street map a Gentleman's Note, in cui compaiono tutti i marchi del progetto, è stata riprodotta all'interno del piano attico del Padiglione centrale della Fortezza da Basso, un invito per tutti i visitatori che non ne avessero ancora sentito parlare ad andare in via Gesù subito dopo Firenze».

Nel negozio Angeloni aspetta anche molti visitatori dalla Cina, in realtà, anche grazie all'aiuto nell'organizzare l'Incoming di Fosun, il socio entrato nel 2013 con il 25%. «L'idea è di mostrarne le bellezze di Milano, anche artistiche, ma anche di Soragna: credo nell'Expo come volano economico, ma solo se inserito in un contesto più ampio, per la città e il Paese», conclude Angeloni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Eduardo Wongviale.** La borsa Messenger è realizzata in pregiato vitello di una calda sfumatura cognac, con tasche interne in cotone a stampa regimental. Una bag perfetta per la quotidianità



**Herno.** Trench color tortora con cintura in vita. Fa parte della Rain Collection che richiama la maestria del marchio nella realizzazione di capispalla antipioggia all'insegna dell'eleganza in chiave contemporanea



**Gabs Blue.** Borsa-cartella in pvc con manici in pelle e tracolla. È personalizzata da un'originale stampa digitale, dedicata agli sportivi ed in particolare agli skaters. I diversi deck diventano motivo decorativo.