

Innovazione

# GIADA SCOMMETTE SU HAND PICKED

**L'azienda da 75 milioni di euro nel 2017 svela la nuova capsule maschile di denim di lusso, completamente made in Italy**

**G**iada spa presenta la nuova linea di denim deluxe dedicata a una clientela attenta ai dettagli di alta qualità e amante dei materiali naturali e della vestibilità perfetta. Si chiama Hand picked ed è la nuova capsule collection maschile, composta da pochi pezzi completamente made in Italy. «Per noi si tratta di uno sviluppo naturale», ha spiegato a *MFF*

**Franco Catania**, ceo di **Giada spa**, che nel 2017 ha registrato un fatturato di 75,13 milioni di euro (in crescita dell'8,8% rispetto all'anno precedente). «Lanciare una nostra linea attraverso cui esprimere 30 anni di storia in un prodotto millesimo, di nuova concezione e che guarda al futuro è sicuramente affascinante. Hand picked sarà una capsule in cui emergeranno dettagli inediti e tessuti straordinari: materie prime e sartorialità sono da sempre i fiori all'occhiello della nostra azienda». La linea deluxe sarà distribuita in cento vetrine mondiali attraverso department stores e speciality stores nazionali e internazionali. La strategia di posizionamento prevede una capsule collection menswear per due

stagioni (primavera-estate 2019 e autunno-inverno 2019-20) per poi trasformarsi in una vera e propria collezione a partire dalla primavera-estate 2020. «Un focus particolare sarà dedicato al mercato nordamericano», ha continuato Catania, «dove la presentazione di Hand picked delle scorse settimane ha riscosso grande interesse da parte dei top player. Il denim, protagonista della capsule, è accompagnato da un vero e proprio total look, 100% made in Italy e realizzato con tessuti esclusivamente giapponesi. Questo prodotto troverà collocazione nei reparti menswear dei top stores accanto ai più prestigiosi nomi internazionali della moda». Il



La capsule Hand picked di Giada

lancio al **Pitti immagine uomo** sarà poi seguito da un evento in apertura di **Milano moda uomo**. Infine, i prodotti saranno disponibili in negozio a partire dal mese di novembre e presentati attraverso un concept speciale, realizzato ad hoc, in dieci vetrine tra le più prestigiose al mondo. Completeranno la fase di lancio importanti investimenti marketing focalizzati sul trade e sui canali digital & social. (riproduzione riservata)

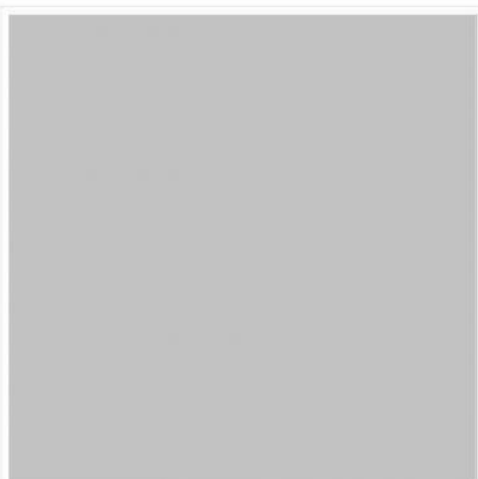
**Angelo Ruggeri**


[ABBONATI SUBITO](#)
[HOME](#)
[LIVESTAGE](#)
[BACKSTAGE](#)
[FINANZA](#)
[ENGLISH](#)
[THE NEXT 100](#)
[COLLEZIONI](#)
[TV MODA](#)

## Giada scommette su Hand picked

L'azienda da 75 milioni di euro nel 2017 svela la nuova capsule maschile di denim di lusso, completamente made in Italy

[di Angelo Ruggeri](#)
[Mff - Numero 114 pag. 48 del 12/06/2018](#)
[Home](#) » [Backstage](#) » [Giada scommette su Hand picked](#)

 Condividi: [f](#) [t](#) [G+](#) [in](#) [✉](#) [📄](#)


La Munich Barru sky

**Giada** presenta la nuova linea di denim deluxe dedicata a una clientela attenta ai dettagli di alta qualità e amante dei materiali naturali e della vestibilità perfetta. Si chiama **Hand picked** ed è la nuova capsule collection maschile, composta da pochi pezzi completamente made in Italy. «Per noi si tratta di uno sviluppo naturale», ha spiegato a *MFF* **Franco Catania**, ceo di Giada spa, che nel 2017 ha registrato un fatturato di 75,13 milioni di euro

(in crescita dell'8,8% rispetto all'anno precedente).

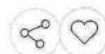
«Lanciare una nostra linea attraverso cui esprimere 30 anni di storia in un prodotto millesimato, di nuova concezione e che guarda al futuro è sicuramente affascinante. Hand picked sarà una capsule in cui emergeranno dettagli inediti e tessuti straordinari: materie prime e sartorialità sono da sempre i fiori all'occhiello della nostra azienda». La linea deluxe sarà distribuita in cento vetrine mondiali attraverso department stores e speciality stores nazionali e internazionali.

La strategia di posizionamento prevede una capsule collection menswear per due stagioni (primavera-estate 2019 e autunno-inverno 2019-20) per poi trasformarsi in una vera e propria collezione a partire dalla primavera-estate 2020. «Un focus particolare sarà dedicato al mercato nordamericano», ha continuato Catania, «dove la presentazione di Hand picked delle scorse settimane ha riscosso grande interesse da parte dei top player. Il denim, protagonista della capsule, è accompagnato da un vero e proprio total look, 100% made in Italy e realizzato con tessuti esclusivamente giapponesi.

Questo prodotto troverà collocazione nei reparti menswear dei top stores accanto ai più prestigiosi nomi internazionali della moda». Il lancio al Pitti immagine uomo sarà poi seguito da un evento in apertura di **Milano moda uomo**. Infine, i prodotti saranno disponibili in negozio a partire dal mese di novembre e presentati attraverso un concept speciale, realizzato ad hoc, in dieci vetrine tra le più prestigiose al mondo. Completeranno la fase di lancio importanti investimenti marketing focalizzati sul trade e sui canali digital & social.

SCARICA PDF

LISTA NEWS



## NEWS CORRELATE

*finds more updates*



**BULGARI È BLACK GLAM**



**CAMBIAGHI PUNTA SUGLI STATES**

