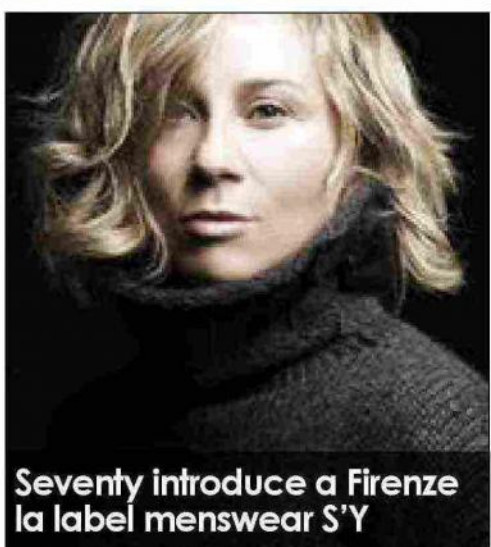


# News Pitti Uomo



Giada presenta la capsule Hand Picked



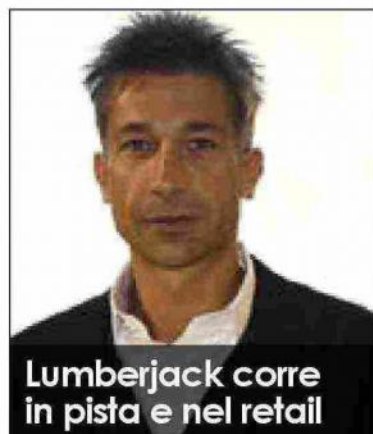
Seventy introduce a Firenze la label menswear S'Y



Ruoline, a Pitti con le prime collezioni del nuovo designer



Sun68 lancia il beachwear



Lumberjack corre in pista e nel retail



Gallo debutta nello streetwear



Il made in Italy di Alessandro Gherardi torna in Fortezza

anteprima

## IL MADE IN ITALY DI ALESSANDRO GHERARDI TORNA A PITTI UOMO

L'eccellenza sartoriale di Alessandro Gherardi torna dopo 5 anni all'interno della fiera fiorentina con la sua collezione di camicie made in Italy per la P/E 2019. "Sin dagli esordi abbiamo puntato a rafforzare l'attenzione ai dettagli della nostra produzione, caratteristica che ci sta facendo crescere esponenzialmente all'estero, in particolar modo nei mercati asiatici", dichiara a *Pambianco Magazine* il fondatore Alessandro Gherardi. L'azienda familiare toscana vanta una produzione di 420mila camicie all'anno distribuite in 180 store in Italia e altrettanti oltre confine. La label 'Luxury' si distingue per la realizzazione handmade di camicie dalle rifiniture minuziose. Il brand aretino ha chiuso il 2017 con un fatturato di circa 18 milioni di euro.

## RUCOLINE, A PITTI CON LE PRIME COLLEZIONI DEL NUOVO DESIGNER

Rucoline presenta in Fortezza da Basso le prime collezioni di Davide Motta, il nuovo direttore creativo, arrivato in azienda solo tre mesi fa. "Si tratterà di una collezione dallo spirito urban con forte richiamo all'esotismo geografico e culturale che caratterizzerà tutti i modelli della collezione", ha commentato Marco Santucci, presidente e CEO di Rucoline. "Ma ci saranno anche altre grandi novità sul brand. RCLN Progetto è una di queste: una collezione completamente nuova, ispirata agli Eighties, che interpreta i desideri e lo stile dei Millennials. L'arrivo di Davide in azienda rappresenta l'apertura del brand ad una nuova sfida. Sarà utile ad apportare il rinnovamento che stavo cercando per Rucoline".

## ROSSIGNOL COLLABORA CON DAMIR DOMA PER LA P/E 2019

Mobilità, dalla montagna alla città. È questo il tema della collezione P/E 2019 che Rossignol presenta in occasione di Pitti Immagine Uomo 94. La collezione si compone di due linee, Urban Mobility e Mountain Mobility. La prima è una co-ed realizzata dal designer Damir Doma che, per l'occasione, si è ispirato al mondo delle e-mountain bike, interpretando l'ultra-centenaria expertise tecnica di Rossignol in chiave athleisure. Un ulteriore contributo è stato dato dalla linea di tessuti Reda Active, utilizzati nei tre capispalla della collezione. La collaborazione con il Lanificio Reda è siglata da un'inedita joint label all'interno dei capi. La Mountain Mobility, invece, è una linea realizzata per uomo e donna, dedicata agli amanti degli sport tipicamente outdoor, quali hiking, trekking e trail-running.

## SEVENTY INTRODUCE A FIRENZE LA LABEL MENSWEAR S'Y

Durante la 94esima edizione di Pitti Uomo, Seventy svelerà il primo range di prodotti luxury leisurewear S'Y. "La nuova label - spiega a *Pambianco Magazine* il direttore creativo del brand Francesca Tegen - fa parte della main collection uomo, non si tratta di una linea separata". S'Y propone abbigliamento casual contraddistinto da un nuovo spirito informale. Protagonisti di S'Y sono track top, giacche e capi tecnici in nylon ultra leggero e cotone stretch abbinati a sneakers. "Da questi assunti - continua Tegen - scaturisce anche l'idea del nome che sintetizza quello del brand per essere più immediato e con un approccio internazionale". Il consulente esterno Alessandro Matteoni seguirà S'Y in veste di head designer: "L'arrivo di Matteoni è un chiaro segno di questa voglia di novità. Il suo ruolo è quello di portare la collezione Seventy uomo ad un nuovo livello, sviluppare una linea che sia curata nei minimi dettagli, sia per quanto concerne la produzione che l'estetica", conclude il direttore creativo. Seventy ha chiuso il 2017 con un fatturato di 50 milioni di euro.

**anteprima****LUMBERJACK CORRE IN PISTA E NEL RETAIL**

Una ventina di corner tra la Cina e Hong Kong entro la fine dell'anno, il secondo monomarca a Dubai, all'interno del Dubai Mall, e il primo in Mongolia, a cui si aggiungerà, probabilmente, anche un primo monomarca a Milano. Sono questi i prossimi progetti di Lumberjack, raccontati a *Pambianco Magazine* dall'AD Andrea Vecchiato che, proprio per l'anno in corso, stima una crescita dell'export del 17-20 per cento. Progetti, questi, sospinti sia dalla performance del 2017, chiuso in crescita a quota 40 milioni di euro, sia dal lancio di UN.Code a gennaio, la linea top di gamma del marchio che si caratterizza per il connubio tra distribuzione tradizionale di fascia medio-alta, che non include le piattaforme e-commerce, e una comunicazione digital oriented. Proprio in questo senso si colloca anche la nuova partnership che vede Lumberjack scendere in pista, sui circuiti del Moto GP e della Moto 2, a fianco del Team Estrella Galicia 0,0 Marc VDS e, in particolare, del campione Franco Morbidelli, in qualità di official sponsor.

**DUE NUOVE  
NOMINE PER  
IL BRAND  
ALLEGRI**

Il brand di outerwear Allegri ha nominato Young-Jin Lee in qualità di nuovo direttore generale e Patrizio D'Alessandro come business development director. Tra gli obiettivi del nuovo management, quello di incrementare la brand reputation di Allegri in Europa, e soprattutto in Italia. Per fare ciò, il brand ha previsto, tra le altre cose, un rafforzamento distributivo che prevede l'apertura di shop-in-shop e corner presso i migliori department store. Il primo di questi si trova a Milano, all'interno di Excelsior.

**GIADA  
PRESENTA LA  
CAPSULE HAND  
PICKED**

In concomitanza con la fiera menswear, Giada presenterà la propria linea denim di lusso Hand Picked. Le proposte P/E 2019 comprenderanno pantaloni, camicie in cotone effetto denim e giacche destrutturate. La strategia di posizionamento prevede una capsule menswear per le stagioni P/E 2019 e A/I 2019-20 per poi trasformarsi in una vera e propria collezione a partire dalla P/E 2020. Sarà data particolare attenzione al mercato statunitense dove il made in Italy di Hand Picked ha già riscosso grande interesse da parte dei top player.

**SUN68 LANCIA  
IL BEACHWEAR**

Durante Pitti Uomo Sun68 svelerà la prima collezione beachwear composta da due modelli. I costumi da bagno saranno realizzati anche in taglia junior. Sarà presentata anche una capsule composta da accessori e borse per la spiaggia.

**BONAVERI E  
PUCCI IN MOSTRA**

Dal 12 al 15 giugno lo storico Palazzo Pucci ospiterà la mostra "Bonaveri, a fan of Pucci". L'esposizione fiorentina metterà in scena le capacità creative, di stile e savoir-faire delle due maison italiane tra passato, presente e futuro.

**GALLO DEBUTTA NELLO STREETWEAR**

Gallo presenta in fiera la capsule collection Gallo R\_evolution. Per la prima volta il marchio italiano realizzerà felpe, t-shirt, polo, shorts e calze in spugna di ispirazione sportswear. I capi di abbigliamento e gli accessori sono contraddistinti da uno stile vintage declinato in colori fluo e, su felpe e t-shirt, dalla scritta 'Gallo 1927' a contrasto. La capsule, pensata anche per donna e bambino, sarà già in vendita a partire dal prossimo novembre. Il marchio milanese, che ha chiuso il 2017 con un fatturato di 23,5 milioni di euro, prevede di arrivare a 25 milioni nell'anno corrente.