

Giada lancia il suo brand Hand Picked

11 GIUGNO 2018



Franco Catania, AD Giada

Hand Picked rappresenterà in 3 anni il 10% del fatturato globale di **Giada**. Questa la mission del primo marchio di proprietà dell'azienda di Andria che verrà presentato durante l'imminente edizione di **Pitti Uomo** (12-15 giugno). 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. Hand Picked, etichetta dedicata al denim lusso, si aggiunge all'universo Giada, finora affermato per le licenze con top player quali **Jacob Cohën** e, recentemente, **Karl Lagerfeld Denim** e **Vilebrequin**. "Per ora Hand Picked, che debutta con la P/E 2019, oltre a essere presente nei nostri due showroom di Milano e New York sarà in vendita in 100 punti vendita fra i più esclusivi al mondo", ha dichiarato ad *Affari&Finanza* **Franco Catania**, AD di Giada. "I mercati che apprezzeranno maggiormente questa nuova collezione – continua il manager – saranno Europa, dove solo in Italia abbiamo 15 rivenditori e poi il Giappone, il Medio Oriente e l'America dove abbiamo una nostra filiare commerciale diretta a New York".

Il fatturato globale di Giada nel 2017 è stato di 76 milioni di euro, le previsioni per il 2018 puntano a superare gli 80 mln fino ad arrivare a 130 nel 2021.

PAMBIANCOTV



Triboo guida la digital transformation delle aziende



Todaro: "Kanebo arriva in Italia e porta il concetto di chrono-beauty"



Moroso sceglie Lectra per ottimizzare i processi

PAMBIANCO MAGAZINE N.5



IN QUESTO NUMERO:
LA MODA FAST VUOLE IL NEGOZIO POP (UP)

ATTUALITÀ
Le M&A vanno in frenata nel 2017

REPORTAGE
Baselworld, tempo di ricaricare le lancette

INCHIESTA
Le orologerie italiane salutano la ripresa



PDF | SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY