

Progetti

# Hand picked fa rotta sul mercato nipponico

Il brand del gruppo Giada si prepara a siglare partnership distributive nel Paese e a svelare una serie di pop-up e vetrine speciali. **Angelo Ruggeri**

**H**and picked è pronto a volare in Giappone. Il marchio di **Giada spa**, gruppo che ha chiuso il 2017 con un fatturato pari a 75 milioni di euro, in crescita del 10% rispetto al 2016, e prevede di chiudere 2018 in linea con l'anno precedente, è pronto a siglare importanti partnership produttive nel Paese del Sol levante, oltre a installare tra dicembre e gennaio 2019 una serie di pop-up e di vetrine, in selezionate destinazioni per lo shopping, che permetteranno di testare il feeling del consumatore finale. E che daranno al marchio di denimwear una grande visibilità internazionale. «Dopo l'ottimo accoglimento della capsule collection primavera-estate 2019, che ci ha permesso di posizionarci nei top 100 store mondiali», ha raccontato a **MFF Franco Catania**, ceo di Giada spa, «siamo pronti per lanciare e ampliare la distribuzione a livello mondiale, già dalla stagione autunno-inverno 2019. A brevissimo, i negozi che hanno sposato il progetto riceveranno la prima delivery della capsule. Abbiamo scelto quattro dei nostri partner: **La Rinascente**



**Franco Catania**

a Milano, **Sant'Eulalia** a Barcellona, **Oger** ad Amsterdam e **Harrods** a Londra». Ma Hand picked non si fermerà solo alle capsule collection. «Per la stagione autunno-inverno 2019 lanceremo una vera e propria collezione: non solo pantaloni, che chiaramente rappresentano una parte importante della collezione, ma un vero e proprio total look», ha proseguito il ceo. Il marchio, grazie a una strategia omnichannel, tra canali tradizionali del retail e del wholesale e mondo del web e del digital, continua a essere apprezzato anche negli Stati Uniti. «In America operiamo direttamente tramite la nostra filiale Giada America», ha continuato Catania. «Abbiamo stretto un accordo importante con **Neiman Marcus** che inaugurerà un nuovo flagship store a Manhattan (New York) nel marzo del prossimo anno, dove Hand picked sarà presente». E, per il futuro, tutto è pronto per l'ulteriore passo in avanti: «Una volta terminato il progetto di lancio del brand, attraverso tutti i canali, potrebbe essere la volta di inaugurare un monomarca e, perché no, anche di lanciare la collezione donna», ha concluso Catania. (riproduzione riservata)

