

Giada SpA arriva al Pitti con il progetto Hand Picked

L'AZIENDA DI ADRIA CHE HA COSTRUITO LA PROPRIA FORTUNA SULLE LICENZE DELLE GRANDI CASE TIENE A BATTESIMO IL SUO BRAND DI PROPRIETÀ: «È IL FRUTTO DELLA NOSTRA ESPERIENZA COSTRUITA SUI MATERIALI E SULLA CAPACITÀ ARTIGIANALE»

Enrico Maria Albamonte

Milano

In questi giorni dedicati a Pitti Uomo Giada SpA l'azienda di Adria (Rovigo) che con le sue varie prestigiose licenze nel corso degli anni ha infilato i jeans perfino a Yves Saint Laurent, si presenta all'appuntamento con il salone fiorentino con un nuovo "biglietto da visita", che è anche il suo primo marchio di proprietà. Il nuovo progetto si chiama "Hand Picked" letteralmente "raccolto a mano" perché deve far pensare a un jeans e a un abbigliamento millesimati che coniugano eccellenza e sostenibilità.

«Pochi pezzi, per ora solo da uomo, fra i quali il jeans che è la nostra punta di diamante, pensati per chi è educato al bel vestire e al sapore dell'artigianalità ma non ha mai sperimentato la nostra qualità prima d'ora», commenta Franco Catania, amministratore delegato di Giada SpA. L'idea del segno rosso diagonale evoca una foglia scura e carnosa proveniente da una pianta rara della foresta amazzonica e quindi il contatto con la natura e gli spazi immensi.

Tutto nei capi della nuova linea Hand Picked racconta una ricerca estrema, non comune in un pantalone cinque tasche o in una giacca: il denim utilizzato è quello giapponese morbido, lavorato con tecniche millenarie e finissaggi assolutamente naturali. Il tutto conciliato con lo stile italiano, una produzione squisitamente made in Italy e una distribuzione qualificata e selettiva, cosmopolita come il destinatario di questa nuova collezione: «Per ora Hand Picked che debutta con la primavera-estate 2019, oltre a essere presente nei nostri

2 showroom di Milano e New York sarà in vendita in 100 punti vendita fra i più esclusivi al mondo», anticipa Catania.

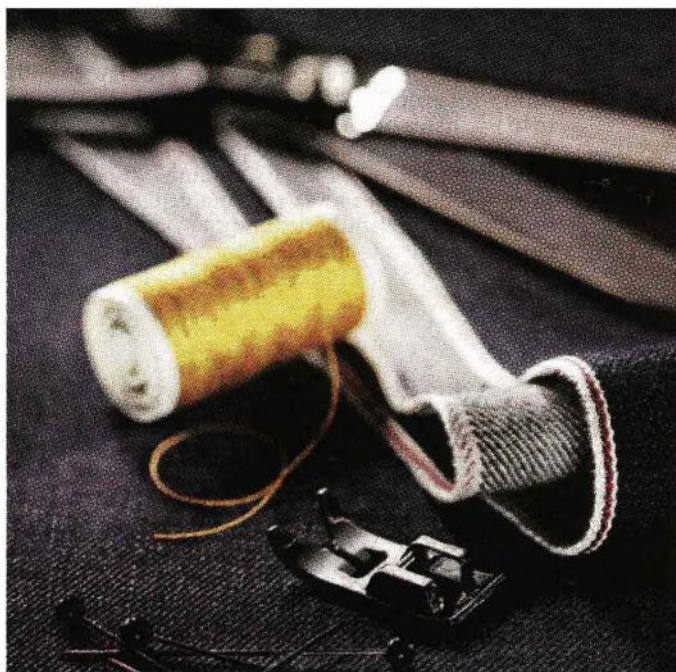
E aggiunge: «I mercati che apprezzeranno maggiormente questa nuova collezione saranno l'Europa, dove solo in Italia abbiamo 15 rivenditori, e poi il Giappone, il Medio Oriente e l'America dove abbiamo una nostra filiale commerciale diretta a New York». Secondo le previsioni di Catania Hand Picked arriverà in 3 anni a pesare per il 10% sul fatturato globale dell'azienda che nel 2017 ha messo a segno circa 76 milioni di euro e che nel 2018 prevede di superare la soglia degli 80 milioni, puntando a tagliare nel 2021 un traguardo di circa 130 milioni. Il giro d'affari attuale è imputabile specialmente alla licenza produttiva e distributiva con Jacob Cohën, sinonimo di pantaloni e abiti casual dal taglio sartoriale: un rapporto che dura dal 2004 e che ha portato il marchio a crescere, sotto l'egida di Giada, dai 700 pantaloni iniziali agli attuali 700.000.

E se entro 3 anni l'intesa con Jacob Cohën dovesse finire, come

peraltro è stato già dichiarato e scritto, Giada si prepara a mettere nuovo fieno in cascina. Così per salvaguardare i livelli occupazionali dell'azienda che impiega direttamente oltre 300 persone alle quali si sommano altre 700 dell'indotto, «tutti rigorosamente italiani» come sottolinea Catania, la società sta affiancando due nuove licenze a quella tuttora trainante Jacob Cohën: quella per Karl Lagerfeld Denim con la società del geniale stilista tedesco famoso per le sue attuali collaborazioni con Chanel e Fendi, e quella con Vilebrequin per la linea Vilebrequin Denim debutterà con la stagione autunno-inverno 2019-20.

«Entrambe le licenze siglate negli ultimi mesi, quella con Lagerfeld alla fine del 2017 e quella con Vilebrequin a maggio di quest'anno, basate su accordi pluriennali con le singole maison, porteranno i primi risultati nel 2019 e nel 2020 in base alle campagne vendita. E fra tre anni capiremo se sviluppare una nuova redditizia licenza oppure dar vita a un altro marchio di proprietà».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nella foto qui sopra
Franco Catania,
 amm. del
 di Giada SpA