

Iniziativa

HAND PICKED VOLA VERSO IL GIAPPONE

La label di denimwear di Giada presenta a Firenze una collezione total look e lavora a nuove partnership distributive in Asia

Hand 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 che prevede di chiudere il 2018 in linea con l'anno precedente, svela a **Pitti uomo 95** la nuova collezione, che si compone di elementi iconici per il guardaroba maschile. Come i pantaloni in denim a cinque tasche con bottoni e rivetti in rame lavorato a mano e grosgrain nella chiusura, arricchiti da cinque nuove colorazioni di salpa abbinata al nastro grosgrain. O i quattro nuovi shape di pantalone, dal chino al cinque tasche, coordinati a gilet in morbidi tessuti dai colori caldi, maglieria, giacche e cappotti dal taglio classico con un taglio urbano. «Hand picked torna a Pitti con un vero total look», ha raccontato a **MFF Franco Catania**, ceo di Giada spa. «Ai nostri iconici denim vengono affiancati nuovi tagli di pantalone, che rimangono il punto di forza del nostro brand, ma soprattutto molti capi per l'uomo che ama distinguersi per qualità e ricercatezza». Il marchio italiano è pronto a siglare importanti partnership produttive nel paese del Sol Levante, oltre a installare una serie di pop up e di vetrine, in selezionate destinazioni per lo shopping,



che permetteranno di testare il feeling del consumatore. E daranno al marchio di denimwear una grande visibilità internazionale. «Dopo l'ottima accoglienza della capsule collection p-e 2019, che ci ha permesso di posizionarci nei top 100 store mondiali», ha continuato Catania, «siamo pronti per lanciare e ampliare la distribuzione a livello mondiale, già dall'a-i 2019. A brevissimo, i negozi che hanno sposato il progetto riceveranno la prima delivery della capsule. Abbiamo scelto quattro dei nostri partner: **Rinascente** a Milano, **Sant'Eulalia** a Barcelona, **Oger** ad Amsterdam e **Harrods** a Londra». Grazie a una strategia omnichannel, tra canali tradizionali del retail e del wholesale, mondo del web e del digital, il marchio continua a essere apprezzato anche negli Stati Uniti: «In America operiamo 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 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 un monomarca e, perché no, anche di lanciare la collezione donna», ha concluso Catania. (riproduzione riservata)

Angelo Ruggeri

