

Larusmiani



Modern-classic. Look P-E 2013 Larusmiani, brand nato nel 1922

L'uomo si fa «preppy» per i 90 anni del marchio

Un viaggio durato già novant'anni, quello di Larusmiani, e destinato a continuare nel tempo, di generazione in generazione. E che si rispecchia in modo particolare nella collezione P-E 2013, presentata nei giorni scorsi a Milano da Guglielmo Miani, amministratore delegato dell'azienda di famiglia e presidente dell'Associazione di via Monte Napoleone.

Classico e contemporaneo insieme, il guardaroba Larusmiani per la prossima stagione calda ha anche un tocco "preppy" (dal nome degli elitari licei americani da cui si accede, in modo quasi automatico, alle università, altrettanto elitarie, della Ivy League, da Harvard al Mit). I vestiti si possono definire "modern-classic" e sono da portare con cravatta o papillon. I tessuti sono lane 150 Super S, mix di lane e sete, ma anche i miglior cotone e lini al mondo, a volte mischiati tra loro. La camicia, vero e proprio prodotto iconico del brand, con i suoi 14 passaggi a mano, per la P-E 2013 viene valorizzata da raffinati contrasti e impunture tese a sottolineare il totally hand-made style.

Larusmiani ha chiuso il 2011 con ricavi a oltre 17 milioni: la divisione tessuti (da cui tutto è cominciato, nel 1922) è cresciuta dell'8,5%, quella dell'abbigliamento del 31 per cento.

G. Cr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Brioni



Sportivi. Due modelli Brioni pronti per giocare a badminton

Un'estate all'insegna dello sport e del colore

Chi ancora associ l'idea di classico a colori poco accesi o a ferree regole da applicare di giorno o di sera, dovrebbe dare un'occhiata alle collezioni di marchi come Brioni, storico nome dell'eleganza maschile. Per la prossima primavera-estate, Brioni ha raccontato a Milano, nei giardini della Triennale, la sua idea di eleganza colorata e contemporanea, adatta a una giornata in ufficio come a una gita nel week end. Protagonista della stagione è il «Jardigan», una moderna reinterpretazione di un capo d'archivio della metà degli anni 50, che mostra ulteriormente le abilità sartoriali di Brioni: realizzato con un finissimo hopsack di lana, questo speciale capo presenta una struttura minimale, per accostarsi al corpo con l'eleganza di una giacca e la fluidità di un cardigan. Seguendo questo concetto è stato realizzato anche un leggerissimo blazer sfoderato realizzato con un tessuto da 110 grammi: il peso di una camicia.

Brioni, azienda nata a Roma nel 1945 come laboratorio sartoriale, è cresciuta fino a diventare un brand globale. Di recente è stata acquisita dal colosso del lusso francese Ppr (che ha in portafoglio anche Gucci e Bottega Veneta). I ricavi 2011 hanno sfiorato i 180 milioni di euro e per il 2012 è prevista una fase di sviluppo retail.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

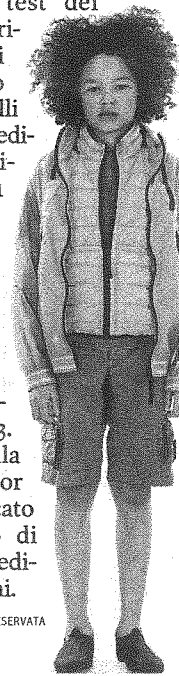
Pitti Bimbo

Crescono le vendite del settore junior

Silvia Pieraccini

Non è ancora un ritorno ai livelli pre-crisi, ma poco ci manca. La moda junior manda in archivio un 2011 di crescita, con il fatturato a 2,65 miliardi (+5,4%). Ma quel che più conta, nei dati di settore elaborati da Smi per la fiera internazionale Pitti Bimbo che si apre oggi, è l'accelerazione dell'export. Nel 2011 non solo le esportazioni sono cresciute dell'11,6% a 829 milioni, con un peso sul fatturato del 31,3%. Segno che le aziende (nella foto, un look Stone Island) stanno muovendosi sui mercati internazionali. «I consumi interni restano deludenti» chiosa, infatti, Smi. Il fattore negativo, ancora una volta, è rappresentato dal valore della produzione realizzata in Italia, sceso del 10,6% a 1.047 milioni, che si sposa con balzo in avanti (+10,4%) delle importazioni: il risultato è un miglioramento della bilancia commerciale, che ora segna rosso per 871 milioni.

Le previsioni per il 2012 sono caute, perché l'anno si è aperto con un mercato interno ancora in flessione e un andamento oltreconfine non brillante (-5,5% l'export del segmento neonati nel primo trimestre). Sarà dunque strategico il test dei buyer in arrivo al Pitti Bimbo (7.000 quelli dell'ultima edizione estiva) per i 491 marchi, al 39% esteri, che fino a sabato presentano le collezioni per la primavera-estate 2013. Proprio alla moda junior sarà dedicato il numero di Modaz4 in edicola domani.



© RIPRODUZIONE RISERVATA