



PITTI UOMO 94

PINO LERARIO/TAGLIATORE

## «ADESSO VI VESTIRÒ ANCHE CON I CAPI IN PELLE»



1. Pino Lerario, proprietario e direttore creativo di Tagliatore  
2. Un outfit del brand per la prossima estate

Pino Lerario, owner and creative director of Tagliatore, and very well known for his men's blazers, has been working for a few seasons on a brand extension project. Now it's time for leather garments.

Ci ha abituati a una nuova scommessa ogni stagione. **Pino Lerario**, deus ex machina del brand

**Tagliatore**, noto per le sue giacche maschili, lavora da tempo un progetto di brand extension. E dopo cravatte, pochette, polo, camicie, maglieria, pantaloni e, recentissime, le scarpe, è il momento dei capi in pelle. Non un salto nel buio, per il noto esponente della tradizione sartoriale pugliese, ma un ritorno alle origini, ai tempi in cui il nonno lavorava i pellami nel suo laboratorio di calzoleria. Nasce così il progetto che viene presentato a **Pitti Uomo**: otto capispalla tra modelli aviator, versioni chiodo e bomber, più tre borse. Ce ne parla il direttore creativo e titolare dell'azienda.

### A chi è stata affidata la produzione della linea?

Ci avvarremo della preziosa collaborazione di un'azienda artigianale toscana.

### Quale lo stile delle nuove proposte?

I capi sono realizzati in materiali pregiati come fiore di agnello naturale, washed o con effetto scamosciato, arricchiti da dettagli sartoriali, tasche applicate e zip logate. Lo stile e le forme ricalcano i fit della collezione Tagliatore, con prezzi in linea con l'offerta del capospalla. Il progetto di brand extension mira a rafforzare l'affezione al marchio da parte della clientela, che negli anni ci richiede di poter indossare non solo i blazer, nostro core business.

### Quanta parte del giro di affari di Tagliatore è realizzata con le nuove linee di calzature, maglieria, pantaloni?

Il fatturato raggiunto con le linee di calzature, maglieria e pantaloni nell'ultimo anno ammonta a circa 1,5 milioni di euro, con un'incidenza del 6% sul fatturato globale. Una percentuale in costante crescita.

### Nel 2017 il giro di affari di Tagliatore è stato di 22,5 milioni: quali le previsioni per il 2018?

Prevediamo di chiudere l'anno con un aumento del 5%. I nostri mercati di riferimento sono l'Italia, che vale il 50% del turnover, il Giappone (18%), la Germania (10%).

A seguire Austria, Svizzera, Canada, Olanda, Svezia, Norvegia, Danimarca, Turchia e Corea del Sud. (c.me.)



GIADA LANCIA HAND PICKED

## «PUNTIAMO AL TOP CON HAND PICKED»

Pole of excellence in the heart of the Veneto denim district, Giada is ready with a new challenge, launching Hand Picked: a made in Italy collection produced with Japanese fabrics, aimed at a strictly selected circle of buyers.



1. Franco Catania, fondatore e ceo di Giada  
2. L'icona della foglia spicca sulla salpa dei nuovi jeans firmati Hand Picked

30 anni di esperienza nel mondo del denim valgono bene una linea propria. Lo sa bene **Franco Catania**, fondatore e ceo di **Giada**, l'azienda di Rovigo licenziataria di **Jacob Cohën**, **Karl Lagerfeld Denim** e **Vilbrequin Denim**, che si lancia in una nuova avventura con **Hand Picked**, il primo marchio di proprietà lanciato dall'azienda. «Uno sviluppo naturale, con cui poter esprimere la nostra storia e tutta la maestria della nostra squadra in un prodotto millesimato, di nuova concezione - spiega -. Una linea interamente made in Italy dedicata a una clientela attenta ai dettagli di alto livello, declinata in materiali naturali e con vestibilità impeccabili, che non a caso ha scelto come icona una foglia scura e carnosa, venata di rosso». Una capsule collection che debutta a **Pitti Uomo** e che il 16 giugno sarà protagonista di un evento alla Serra di Palazzo Serbelloni, in apertura di **Milano Moda Uomo**. Anima del brand è un denim di alta qualità, prodotto con un cotone coltivato usando tecniche tradizionali, da cui nasce una fibra dalle grandi prestazioni, che viene filata in Giappone. Ma non ci sono solo cinque tasche in denim, perché la collezione comprende anche pantaloni chino, camicie in cotone effetto denim, due giacche destrutturate e una proposta di jersey, che richiama i colori della foglia. Al debutto con la Spring-Summer 2019, **Hand Picked** sarà distribuita in 100 vetrine a livello mondiale, tra department e specialty store, con la prima uscita in calendario il prossimo novembre, in dieci store super selezionati. A partire dalla primavera-estate 2020 diventerà una collezione completa, con il progetto di lanciare anche il womenswear. Fondata nel 1987, **Giada** conta su una forza lavoro di circa 300 dipendenti diretti, più un indotto di circa 700 persone. L'azienda, che ha sfiorato gli 80 milioni di euro di turnover, in crescita double digit, è licenziataria di **Jacob Cohën** dal 2004, intesa in scadenza nel 2021. (c.me.)