



Antonio Gavazzeni

Martedì 03 gennaio 2017 (0)

[Facebook](#) [Twitter](#) [Google plus](#) [Mi piace](#) [Condividi](#)

Al via la rivoluzione «Bagutta» - video Più estero e un Pitti con nuove linee

«Un nuovo inizio». Annuncia così la rivoluzione di Bagutta Antonio Gavazzeni, bergamasco e a.d. della Cit di Arcore che sarà al Pitti Uomo da martedì 10.

Nuovo stand, nuove linee moda e una riorganizzazione interna per «rendere ancora più di alta qualità il prodotto Bagutta, all'insegna di un servizio eccellente e sempre made in Italy - spiega il bergamasco Antonio Gavazzeni -. Il cambio di passo è soprattutto espresso dalla nomina di questi giorni di Mario Stefano Maran a direttore generale di Bagutta, per avviare una strategia di crescita del brand e posizionamento delle nostre camicie ancora più nel comparto del lusso».

Maran, artefice del successo di marchi come Boglioli e PT Pantaloni Torino, ha già la sua strategia: «Punteremo più in alto a tutti i livelli, dalle collezioni alla distribuzione, dalla comunicazione al digital» spiega Gavazzeni.

(Redazionale)



Bagutta, la linea «The Shirt»

Da qui anche un nuovo approccio stilistico: «Più fresco e contemporaneo - continua il bergamasco -. Verrà messa a punto il servizio su misura, spingendo sull'eccellenza Albini, Albiate e Thomas Mason per i tessuti di qualità». Tre linee nuove: «La first dressing choice, dove la tradizione sartoriale incontra la massima espressione del lusso, «Bagutta Milano», che rispecchia l'eleganza dei grandi classici, e la linea "The Shirt", che propone camicie dai lavaggi e trattamenti all'avanguardia. Infine "Bagutta Contemporary", di maggiore ricerca». Il tutto sarà lanciato a Firenze mentre è già previsto il restyling del monarca di Milano, in via San Pietro all'Orto, entro fine 2017: «Penseremo anche a nuove aperture, ma prima ci concentriamo sulla rete

vendita, in particolare internazionale: Bagutta, anche in confronto al 2015, chiude il 2016 in positivo, in una fase in cui il mercato sente ancora della crisi ma torna a spingere su Cina e Russia».



(Redazionale)

Poco sopra i 32 milioni di euro il fatturato della Cit - che include brand di proprietà, la licenza Robert Friedman e produzioni in fornitura, prosegue infatti il lavoro per conto terzi, tra cui griffe mondiali: «Produrre per altri brand resta la nostra storia, anche se questo nuovo anno sarà significativo per distribuire in maniera più capillare e internazionale Bagutta. La crescita del 5% dell'ultimo anno si triplicherà nelle nostre previsioni sul 2017, con nuovi partner commerciali negli Usa, Giappone e Sud-est Asiatico.



Bagutta, la linea «first dressing choice»

Continua la linea underwear sempre di Bagutta: «In licenza, si chiamerà ora Bagutta Soft e comprende, oltre all'intimo e alle calze, anche una linea in jersey di abbigliamento da casa, con qualche maglioncino casual». Un modo per estendere la collezione che spinge anche sulla donna: «L'uomo a oggi rappresenta il 65% del giro di affari del marchio, ma la linea donna ha delle enormi potenzialità e sarà facile farla crescere» conclude Gavazzeni.