

11 GENNAIO 2017

## Bagutta inizia il rilancio

Il marchio di camiceria, che fa capo al gruppo Cit da 33 milioni di euro di fatturato, svela a Firenze la sua nuova immagine e si prepara al restyling dello store di Milano «Lo definiamo un nuovo inizio... Puntiamo sulla qualità assoluta per sopravvivere e per crescere», ha spiegato a MFF il numero uno Gavazzeni. Ludovica Tofanelli (Firenze)



Like



Share

0



Tweet



G+ 0



Share



0



Pin it

### I Saldi Le Silla sono Iniziati

Scopri gli Incredibili sconti della Nuova Collezione 2016-17 Autunno Inverno.

lesilla.com



Una veste rinnovata per Bagutta, che inaugura un 2017 all'insegna delle novità. «Lo definiamo un nuovo inizio. Crediamo che in un momento difficile come questo per il settore sia necessario puntare sulla qualità assoluta per sopravvivere e per crescere», ha raccontato a MFF Antonio Gavazzeni, ceo del gruppo Cit, proprietario del brand specializzato in camiceria. Scrivendo così un nuovo capitolo nella storia del marchio, rivisto attraverso la ramificazione in quattro diverse linee pensate per differenti occasioni d'uso. A creare un guardaroba di camicie completo, partendo da Bagutta first dressing choice per il segmento più alto, passando

(Redazionale)



per Bagutta Milano attraverso la rilettura dei classici e per Bagutta the shirt con trattamenti innovativi. Fino a Bagutta contemporary per includere uno spazio dedicato alla sperimentazione estetica. Un quartetto di etichette integrate poi da Bagutta soft, la parte in licenza per jersey e intimo. «I fattori fondamentali sui quali puntiamo sono creatività, qualità e servizio... Tenendo a mente il rapporto qualità-prezzo. Oltre a queste linee punteremo in particolare sul su misura, che diventerà il nostro fiore all'occhiello», ha aggiunto il numero uno del gruppo da 33 milioni di euro di fatturato nel 2016, dato che include i ricavi generati dai marchi di proprietà Bagutta e Cit, da quelli in licenza come Robert Friedman e dai brand prodotti in fornitura. «Questo progetto di rinnovo si è concretizzato grazie all'arrivo di Mario Stefano Maran, il nuovo direttore commerciale e marketing worldwide di Bagutta. Ora puntiamo a fare bene in Italia, che vale il 65%, ma anche nei mercati internazionali, come il Giappone, dove siamo già ben presenti, Russia, Corea e Stati Uniti», ha concluso Gavazzeni. Prossimo step sarà il restyling della boutique

milanese situata in via San Pietro dell'Orto, grazie al lavoro dell'architetto Stefano Cellerino. Portando avanti al contempo una nuova strategia distributiva orientata al riposizionamento nel segmento luxury e rivolgendosi così a un mercato più alto.

(riproduzione riservata)

(Redazionale)