

M MODA



JACOB COHEN

Per la donna si parte con Matthew Dolan

Jacob Cohèn, brand italiano di luxury denim creato da Nicola Bardelle nel 2002, chiama il designer americano Matthew Adams Dolan, per realizzare la prima capsule donna.

L'impresa fondata a Parabiago nel 1938 è alla terza generazione

Crescono l'export e l'interesse dei buyers italiani e soprattutto stranieri

Testimonial d'eccezione l'ex campione azzurro Claudio Marchisio

Per stare al passo adesso il calzino Red è in cotone biologico



Giovanni Marazzini, a destra, in alto, tiene alto il prestigio del marchio Rede fondato dal prozio nel 1938. Oggi testimonial del brand Red è l'ex campione Claudio Marchisio. Al centro, un esempio della produzione più recente che punta a messaggi di pace e speranza attraverso il lettering

di **Eva Desiderio**

Una storia di famiglia, una storia di vero Made in Italy, arrivata oggi alla terza generazione e con una gran voglia di unire sempre di più tradizione e sperimentazione, glorie produttive del passato alla ricerca e all'innovazione totale per il futuro. Questa è la storia di Rede, Calzificio di Parabiago fondato nel 1938 da Mario Re Depaolini (di qui Rede), imprenditore coraggioso e visionario che ha saputo trasformare una felice intuizione in un successo imprenditoriale internazionale. Imprenditore a tutto tondo De Paolini che consolida il brand negli anni Cinquanta con il potenziamento dello stabilimento e l'acquisto di macchinari Bentley all'avanguardia e poi negli anni Sessanta decide di fare il salto verso i mercati esteri, Europa e Stati Uniti, cominciando una distribuzione alta e selettiva nei migliori negozi. Alla sua morte nel 1964 il

timone dell'azienda passa a sua moglie Carla Musazzi (dal 1990 Cavaliere del Lavoro) che la sprona e la potenzia e che ancora oggi, a ben 103 anni, ne è presidente e guida illuminata.

Con lei dal 1973 il nipote Ernesto Marazzini, amministratore delegato, e insieme a lui a guidare l'azienda che ha sempre sede a Parabiago ci sono i due figli Giovanni e Michele, rispettivamente sales manager e operation manager. Dunque terza generazione. «Il nostro prozio Mario Re Depaolini è stato un visionario e nostra zia che compirà 104 anni a settembre, Carla Musazzi, è lucida e presente sulle cose dell'azienda ancora adesso. Suo marito è stato lungimirante e ha capito che nell'Italia del dopoguerra bisognava muoversi e andare per il mondo. Fu tra i primi imprenditori italiani in America», racconta Giovanni Marazzini che ricorda come nel 2010 si sia lanciato il marchio alto di gamma Red che ha partecipato all'ultimo Pitti Uomo di giugno. Oggi l'azienda di Parabiago vende il 70% dei suoi calzini doc in Italia e il 30% nel mondo.

«L'obiettivo è lo sviluppo – continua Marazzini – come agli inizi del brand, e puntare ancora di più sulla qualità: per questo abbiamo lanciato Red che ci sta dando molte soddisfazioni e una clientela speciale. Puntiamo anche al segmento della donna ora in forte dinamismo e in questo ci aiutano molto anche le passerelle del pret-à-porter che rilanciano sempre l'uso del calzino al femminile. Siamo impegnati anche sul fronte bambino/a ma anche lì vogliamo ancora crescere e poi abbiamo importanti commesse da grossi brand soprattutto al maschile». Dopo due anni di stop forzato il ritorno di Red a Pitti Uomo 102 ha ridato una carica di positività per il bell'afflusso di buyer stranieri.

«Il nostro core business è portare avanti i nostri marchi – insiste Marazzini – Rede e Red che vanno bene e hanno ripreso le posizioni produttive e di business pre-pandemia. Nel 2021 siamo in crescita del 30% rispetto all'anno prima, e quest'anno chiuderemo in parità col 2019, con previsione di crescita del 15% sul 2021. Abbiamo 35 dipendenti solo nel calzificio di Parabiago impegnati tutti sulla qualità massima del prodotto, col controllo sicuro di tutta la filiera».

L'ultima scommessa già vincente è quella del cotone biologico certificato, come nel caso della collezione Red lanciata a Pitti Uomo che da calzino fa partire con un lettering semplice ma importantissimo un messaggio di pace e di speranza per il mondo. «Crediamo nella sostenibilità, di prodotto e sociale, con il controllo totale del ciclo aziendale. La decisione di usare cotone biologico l'abbiamo presa anni fa – continua il sales manager Marazzini – e ci affidiamo anche a fornitori storici egiziani per la miglior qualità. Sono aziende che hanno valori simili ai nostri. Made in Italy e approccio green vanno di pari passo. Col cotone biologico abbiamo la certificazione Ekokotex e anche Gots».

Ma si punta anche sullo sviluppo digitale e dell'e-commerce. «L'on line marcia ma noi crediamo sempre nei negozi fisici – chiude Marazzini – e siamo entrati infatti in multibrand prestigiosi con le nostre calze e i nostri calzini, prodotti forti e di immagine. Il nostro testimonial è Claudio Marchisio, un uomo sportivo elegante, con lui la nostra famiglia ha un'alchimia speciale». Continua anche la collaborazione con lo stilista pioniere della moda green, Tiziano Guardini, che ha guidato il percorso di Rede e Red verso la sostenibilità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SOTTO IL SOLE

A Mareadamare sfila il beachwear Una speranza per il comparto

La moda della spiaggia e un po' di intimo torna a Firenze dal 23 al 25 luglio con il mondo beachwear per la 15ª edizione di 'Mareadamare', la fiera internazionale promossa da 'Underbeach' che in Fortezza da Basso presenterà in anteprima oltre 200 collezioni per l'estate 2023 con grandi marchi internazionali e start up. «In questi 15 anni – afferma Alessandro Legnaioli (foto in basso), presidente di Mareadamare – abbiamo messo a punto un'idea, più che un salone, uno strumento di qualità per un settore che ne aveva disperatamente bisogno e che ha fatto di interazione e condivisione i principi portanti. Da quest'anno, con il supporto di Agenzia Ice, abbiamo aumentato il nostro incoming buyer con clienti provenienti da Thailandia, Vietnam, Corea, Stati Uniti, Israele, Giappone, Spagna, Cile e Perù. Oltre a questi la fiera ospita i più importanti compratori di Russia, Grecia, Francia, Croazia, Svizzera, Belgio, Polonia, Germania, Repubblica Ceca e i best shop italiani».

Si torna poi alla formula indoor delle sfilate nel padiglione Cavaniglia. Si parte sabato 23 luglio alle 12.30 con la sfilata Spain Fashion, (sfilano tra gli altri: Chela Clo, Dolores Cortés, Elena Morales, Luna Brands, Palmas Swimwear, Roidal, Ysabel Mora). Alle 13.30 Fasten Seat Belt, Trends preview summer 2023, i quattro trend portanti dell'estate 2023 messi a fuoco da una selezione di marchi internazionali (sfilano: Anita, Chantelle, Cotton Club, Isa Belle, Max Mara, Giadamarina, Laetitia beachwear, Linea Sprint, Maryan Mehlhorn, Passionata, Rosa Faia, Sunny Beach, Watercult). E poi ancora il 24 luglio.

E.D.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

