

Perofil protagonista a Pitti L'azienda cresce e «gioca» con il brand Bikkembergs

La manifestazione

L'azienda bergamasca punta al rilancio del marchio di cui ha la licenza per 5 anni. Omaggio anche alle Olimpiadi

La licenza risale a gennaio e per questo nuovo Pitti, che si apre oggi a Firenze, Perofil lancia ufficialmente l'underwear Bikkembergs di cui si sta occupando.

Quella che vedremo a Firenze fino a venerdì, è infatti la prima collezione che l'azienda della famiglia bergamasca Perolari ha realizzato, dopo aver firmato cinque mesi fa un accordo con la marchigiana Zeis Excelsa per il rilancio a livello mondiale della biancheria intima, dell'abbigliamento mare e delle calze del marchio. Zeis Excelsa, tra l'altro, nei giorni scorsi ha effettuato una cessione: il 51% del capitale di Levitas, la società costituita nel 2006 per gestire design, promozione e licenze del brand, è stata venduta a Guangzhou Canudilo fashion and accessories per 40,68 milioni di euro.

Ma c'è di più e proprio a Firenze, oggi alle 16, sarà presentata una performance all'insegna dello sport per lanciare la collezione primavera-estate 2016, con un particolare lancio della linea dedicata ai giochi olimpici dell'anno prossimo.

Per questo motivo nel cortile della Polveriera, alla Fortezza da Basso, è previsto un grande podio che si eleverà da un prato ad un'altezza di due metri. L'immagine vuole rappresentare quella di un campo da calcio, dove 11 sculture di corpi maschili indosseranno per tutta la manifestazione i capi della nuova collezione. Con una sorpresa per oggi pomeriggio: i manichini si trasformeranno in 11 modelli in carne ed ossa che interpreteranno una performance sul tema dei giochi olimpici di Rio de Janeiro. Gli interpreti indosseranno l'intimo e i costumi da bagno della «capsule collection» dedicata alla manifestazione.

«Una collezione disegnata da Justin Valentine, stilista londinese dell'intimo maschile affermato a livello internazionale – spiega Monica Moscheni, responsabile marketing e comunicazione di Perofil -. Sui capi campeggia una stampa esclusiva, forte e colorata, ispirata alle discipline olimpioniche».

La licenza con Bikkembergs durerà cinque anni ed è a livello mondiale per la creazione, produzione e distribuzione delle linee Bikkembergs di biancheria

intima, loungewear (abbigliamento da casa), calze e abbigliamento mare. «Un progetto im-



portante per noi – commenta Alberto Perolari, amministratore delegato di Perofil -: ci ha permesso di servire 500 nuovi clienti, introdurre 15 nuovi agenti di vendita e di assumere 15 persone grazie al Jobs Act, raggiungendo così i 100 dipendenti. Vale il 20% del fatturato Perofil 2015, che si attesterà sui 19 milioni di euro».

Nel frattempo a Pitti l'azienda bergamasca arriva con il marchio Perofil dal 1910 Cose da uomini e un look vivace. Forte e in crescita anche la collezione delle calze Perofil, innovata grazie alla nuova stilista Paola Ambrosioni. «La calza è la “nuova” cravatta per l'uomo – spiega Moscheni – che vuole indossare un tocco o un dettaglio di colore

anche per un look formale oltre che casual». Con novità commerciali: «Abbiamo aperto da poco il negozio Perofil nella nuova area “Partenze” dell'aeroporto di Orio al Serio – continua Perolari -. È un'esperienza innovativa di retail per Perofil, in quanto è il primo negozio che offre le collezioni di tutti i marchi dell'azienda, compresi Zegna e la lingerie di Luna di Seta Milano». E se la rete distributiva cresce con la nuova licenza e la solidità dei marchi dell'azienda, inevitabile è stato anche uno sviluppo del programma gestionale: «Un passaggio obbligato – continua Perolari -: sarà pronto entro settembre 2016 ed è sviluppato da una azienda italiana».

Fabiana Tinaglia

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Pigiama e calze Perofil; un modello Bikkembergs per i giochi olimpici