

Intese

Jeckerson-Canepa, patto per il beachwear

Siglato un accordo quinquennale, al via con la primavera 2016, per il segmento uomo. **Milena Bello**

Jeckerson approda a Pitti immagine uomo svelando la nuova fase di rilancio del marchio, questa volta dal punto di vista del prodotto. Punto di partenza, dalla prossima stagione estiva, sarà l'ampliamento del mondo che ruota attorno al capo icona del marchio, ovvero il cinquantasche. Così a partire dalla primavera-estate 2016 sarà attiva una nuova licenza quinquennale per il segmento beachwear con **Canepa**, la realtà comasca del tessile specializzata anche nella produzione e commercializzazione degli accessori per uomo e della moda mare, con cui peraltro il marchio di proprietà del fondo inglese **Stirling square capital partners**

aveva iniziato dalla scorsa stagione una prima fase di test. La produzione riguarderà esclusivamente la linea uomo e prevede una proposta che va dai costumi ai bermuda, T-shirt e shorts realizzati con materiali e stampe in linea con la collezione principale di Jeckerson. «Si tratta di un accordo importante perché include anche tutta la parte di cravatteria, foulard e accessori tessili per uomo, anche in questo caso oggetto di una fase di test e che saranno poi visibili in collezione con la prossima stagione invernale», ha aggiunto **Gian Maria Argentini**, ad di Jeckerson. «Stiamo lavorando», ha aggiunto il manager, «per presentare una proposta che sia il più possibile completa. Per que-

sto abbiamo aggiunto alla collezione alcune borse e pelletteria che facciamo realizzare esternamente. E anche sul fronte del total look ci siamo concentrati sui capispalla e sui pantaloni, realizzati in tessuti jacquard come nella proposta Autograph». Tornando alla licenza al via con la prossima primavera, la distribuzione della parte beachwear avverrà attraverso i canali specializzati nel

segmento mare e nei monobrand dell'etichetta. In tutto sono una trentina, equamente suddivisi tra l'insegna Jeckerson e la nuova etichetta **J Jeans** dedicata ad un pubblico più giovane e presente all'interno dei centri commerciali (vedere **MFF** del 15 gennaio): «Ci siamo dati da fare e abbiamo



Un costume Jeckerson

già concluso la fase di rebranding dei negozi J Jeans che sono attualmente 15 ma che a luglio diventeranno 16 con l'opening di un nuovo punto vendita a Brescia», ha aggiunto Argentini, «a partire dal prossimo autunno estenderemo la proposta J Jeans dalla nuova etichetta dal denim al total look». Più esteso e ancora attualmente in fieri il progetto americano di Jeckerson. «La nostra filiale a stelle e strisce è operativa», ha concluso, «abbiamo già una quindicina di clienti ma occorrerà aspettare tre o quattro stagioni prima entrare definitivamente a regime. I primi riscontri di sell out sono comunque buoni e ci lasciano ben sperare». (riproduzione riservata)