

Un successo fatto di qualità sartoriale ed efficaci strategie produttive e di marketing

## Paoloni, da trent'anni l'evoluzione dello stile maschile

Il Gruppo Paoloni, uno dei poli manifatturieri più prestigiosi del territorio marchigiano da più di trenta anni, ha ottenuto una crescita esponenziale della sua attività, grazie ad un efficace equilibrio fra qualità sartoriale e ridefinizione continua delle proprie strategie produttive e di marketing, chiudendo l'anno 2005 con un fatturato consolidato di 57.300.000 euro. Il Gruppo costruisce la propria forza attraverso una solida base produttiva che conta oggi 440 dipendenti, di cui 200 nella sede centrale di Appignano (MC), e una rete commerciale capillare che negli anni ha portato le proprie collezioni nei

dettagli sartoriali che sintetizzano rigore e ricerca. Nelle collezioni Paoloni, abiti, capispalla, pantaloni e ogni altro elemento della confezione maschile sono improntati ad un gusto sobrio, che si svela all'occhio più attento nel valore dei dettagli. L'ispirazione è rivolta ad un uomo elegante e dinamico, che rivela il proprio gusto attraverso dettagli raffinati e tagli precisi. La contemporaneità nasce dalla commistione fra formale e informale, dove anche l'abito e il capospalla diventa pratico, destrutturato, utile al dinamismo della vita in città e l'informale si veste di materiali pregiati e rifiniture minuziose, per mantenere

tenuti importanti tassi di crescita nel fatturato, nelle unità produttive e nell'efficacia di penetrazione della propria rete commerciale. Se il fatturato del marchio è oggi realizzato per il 90% in Italia, i mercati esteri rappresentano uno sbocco naturale. In quest'ottica, nell'ottobre 2006 è entrato nello staff del Gruppo Paoloni Lothar Reiff (NELLA FOTO), per anni art director e membro del management board di Hugo Boss, che ha assunto il ruolo di direttore creativo del brand Paoloni. Reiff lavorerà come consulente indipendente, supportando il marchio su diversi livelli. In merito al prodotto e alla comunicazione, il



Direttore Creativo: Lothar Reiff

lavoro di Reiff sarà rivolto a rendere ancora più esplicita e riconoscibile la cifra stilistica del brand, con un'azione di coordinamento e rafforzamento del messaggio su buyers e consumatore finale. Grazie al prestigio e al gusto internazionale di Lothar Reiff e viste le grandi potenzialità di crescita sui nuovi mercati europei ed extra-europei del marchio Paoloni, l'obiettivo di questo importante inserimento nell'organico aziendale è focalizzato all'espansione sui mercati esteri. La prima collezione targata Lothar Reiff sarà la primavera estate 2008, in anteprima all'edizione di giugno 2007 di Pitti Immagine Uomo.



look A/I 2006-07 Paoloni

punti vendita più significativi del mercato della moda maschile in Italia e non solo.

Il marchio Paoloni, brand di punta del Gruppo, è riuscito a imporre al mondo dell'abbigliamento maschile italiano la propria cifra stilistica fatta di linee eleganti, vestibilità perfette capaci di valorizzare la figura maschile e

alto il concetto di eleganza in ogni contesto.

La forza del brand Paoloni è nella capacità di fondere gusto, qualità ed efficienza produttiva, forza commerciale e comunicazione al fine di anticipare le richieste del mercato, pur mantenendo solidi nel tempo riconoscibilità e stile. E' grazie a ciò che il Gruppo ha ot-

Cains Moore: 100% maglieria dal 1953

## Prodotti esclusivi per consumatori attenti

Un'azienda che affonda le sue radici in un vecchio maglificio ferrarese. E' nel 1953 che nasce la Cains Moore e Gilberto Furlan, insieme alla sua famiglia, fa crescere e sviluppa la produzione di quel piccolo maglificio fino a farlo diventare l'azienda che oggi conosciamo.

Vecchi telai e abili mani artigiane trasformano il pregiato filo in splendidi capi. Ogni maglia diventa un pezzo unico lavorato con creatività e impegno dell'identità di chi lo produce.

Il reparto produttivo è il vero gioiello dell'azienda e da quando il Signor Gilberto è entrato a far parte di questa realtà, questo reparto è rimasto praticamente invariato. Entrare nel laboratorio oggi è come tornare indietro nel tempo. Il rumore dei telai, il brusio degli aghi, lo scorrere dei fili.

Una rocca di cashmere si trasforma e attraverso le varie fasi, di tessitura, follatura effettuata con il vecchio metodo inglese, primo e secondo rimaglio, stiratura, diventa un capolavoro.

Non è facile oggi scegliere di portare avanti questa tradizione, i costi di un mercato sempre più invaso da prodotti molto competitivi, rendono sempre più difficile credere ed investire in una



struttura produttiva "tradizionale". Ma la scelta strategica della Cains Moore si basa proprio su questo: si produce solo maglieria e lo si fa come lo si è sempre fatto!

L'azienda ha deciso di restare fedele alle origini e produrre solo per un consumatore attento, che ricerca il vero prodotto di qualità e non si lascia ingannare dalla confusione di prodotti che oggi

invadono i negozi. Certo è una scelta che a volte preclude una vasta distribuzione del prodotto,

ma è una scelta che permette di acquisire una clientela di nicchia che conosce e apprezza la tradizione, la cura e l'attenzione che viene data ad ogni capo. Chi ama il lusso comprende tutto ciò che esso racchiude: per Cains Moore lusso è sinonimo di cashmere di prima qualità, la-

vorazione a mano, un capo che dura nel tempo.

Cains Moore oggi è un marchio che viene distribuito nelle migliori boutique italiane e di tutto il mondo. E' diventato sinonimo di alta qualità e stile. Chi compra un capo firmato Cains Moore sa di indossare una maglia che racchiude in sé armonie di eleganza e di straordinaria capacità tecnica.

## Visconti, la nuova collezione Divina è prodotta in edizione limitata a 1618 penne nel mondo



Il nome Visconti è da vent'anni sinonimo di strumenti per la scrittura di straordinaria ricercatezza storica e tecnologica. Stilografiche, penne roller e a sfera: Visconti offre una vasta gamma di articoli di alta qualità e dalla forte personalità.

Sembra che a Firenze il Rinascimento sia ancora ai suoi massimi splendori: in una villa del XV secolo il fermento intellettuale, lo studio dei modelli antichi e le invenzioni tecniche caratterizzano la vivace attività di Visconti in un continuo dialogo e scambio di idee innovative.

Fondata nel 1988, l'azienda fiorentina è guidata da Dante Del Vecchio, deus ex machina del dinamismo creativo che pervade le creazioni Visconti. La sua personale passione per le penne d'epoca ha generato il desiderio di nuove espressioni dell'arte della scrittura. Amore per la storia e passione per l'innovazione, riscoperta delle lavorazioni artigianali e sviluppo di sistemi sempre più sofisticati si fondono con impasti di colore indimenticabili, di design e naturalezza che rendono le penne Visconti inconfondibili. Così sono nati nuovi strumenti di scrittura che offrono segnali importanti in termini di contenuto, innovazione e nuove forme.

Visconti non dimentica la sua città, Firenze, musa ispiratrice con la sua storia e tradizione di tante penne importanti. Da anni Visconti, con orgoglio, incide su tutte le sue creazioni "Made in Florence".

Proprio questo senso di appartenenza, di Fiorentinità, ha motivato Visconti a sponsorizzare il PONTEVECCHIO GOLF CHALLENGE, un'evento che riunisce l'élite dei grandi marchi del lusso Fiorentini.

Visconti vede in questo evento e nel golf la location ideale per presentare le sue creazioni che vengono accostate dallo stesso senso di esclusività, lusso e passione.

Quindi la penna è vissuta come compagna di vita e di giochi ed esattamente come il golf, la penna coinvolge, trasversalmente, migliaia di appassionati e collezionisti che spesso sono giocatori di golf.

La città di Firenze, il golf, l'eleganza, la cultura, l'italian style e la scrittura sono i temi che verranno apprezzati, insieme ai Visconti, da tutti coloro che parteciperanno al Pontevecchio Challenge.

Divina è una nuova collezione di strumenti per scrittura creata da Visconti, composta da stilografica, roller, sfera e matitone 3.2. Ispirata al numero aureo, è la sorella minore della "Divina Proporzioni" della quale conserva gli stili, la forma, le proporzioni auree e molte caratteristiche tecniche. Dal punto di vista estetico si nota immediatamente la mancanza della spirale aurea incastonata nel cappuccio e nel fusto, notevole semplificazione sia tecnica che stilistica. Il risultato è una linea estremamente piacevole e originale, ma più adatta all'uso quotidiano. Costruita totalmente in cellulose purissima, l'oro dei produttori di penne, in uno speciale colore chiamato "sorgenti nel deserto", Divina ha nel suo codice genetico tutte le caratteristiche di una grande collezione.

Per questo motivo Visconti ha deciso di numerare ogni singolo strumento prodotto: sia che si tratti della stilografica, del roller, della sfera o del matitone, ciascuna serie è limitata al numero magico 1618.



Incursore Power Reserve

**GLYCINE**  
SWISS

Distributore esclusivo Glycine per l'Italia Acron srl  
telefono 059 454019 fax 059 3160980 e-mail info@acron-watch.com  
http://www.acron-watch.com

www.glycine-watch.ch



SONO I DIAMANTI CHE FORMANO IL SOLITARIO

**Ny**  
n a i  
Fani

**VOGLIO SOLO DIAMANTI**  
I solitari Ny nelle carature a dimensione reale



A partire da € 380,00

www.fanigioidelli.it

665 FI Modelli depositati