

TESSILE

## Comincia da "Pitti" il nuovo corso Canepa

La storica azienda di San Fermo alla rassegna fiorentina dopo il riassetto societario e il cambio di governance  
L'ad soddisfatto: «I primi risultati sono incoraggianti»

BRIVIO A PAGINA 9



# A Pitti il nuovo corso della Canepa

**Tessile-moda.** La partecipazione alla rassegna dopo il riassetto societario e il cambio della governance  
L'ad Virginia Filippi a Firenze: «I primi risultati sono incoraggianti». Vendite trainate dalla collezione mare

SERENA BRIVIO

A Pitti, il più prestigioso salone internazionale di moda maschile al via ieri a Firenze, **Canepa** presenta il nuovo corso e il nuovo management dopo la completa ricapitalizzazione e il cambio dei vertici del Gruppo.

Lo scorso novembre il controllo dell'azienda di San Fermo è stato acquisito dal Ministero dello Sviluppo Economico, attraverso Invitalia, e dal fondo americano Muzinich. Il nuovo piano finanziario ha un valore complessivo di 18 milioni di euro. Di essi, 8 milioni di euro provengono dal fondo Az Eltif Capital Solutions (nato dalla partnership tra Muzinich & Co e Azimut), 6 milioni di euro da Invitalia (tramite il fondo per la salvaguardia dei livelli occupazionali e la prosecuzione dell'attività d'impresa, previsto dall'art. 43 del Decreto Rilancio) e 4 milioni da Michele **Canepa**, che resta il maggior azionista singo-

lo della società.

### Le aspettative

Negli spazi di Fortezza da Basso **Canepa** espone le nuove collezioni Fiorio, storico marchio di cravatte e accessori maschili diventato nel 2007 proprietà dell'azienda comasca. «Abbiamo deciso di partecipare a Pitti anche se siamo coscienti che sarà un'edizione in tono minore - dichiara l'attuale ad Virginia Filippi - si tratta del primo debutto della nuova gestione, abbiamo lavorato tanto per esserci. Stampa e buyer potranno visionare l'eccellenza delle cravatte sartoriali di un brand che ha fatto del nodo l'emblema dell'eleganza maschile, le raffinate sciarpe e la prima home collection che propone preziosi plaid e comode pantofole pensati per un moderno arbiter elegantiarum».

Sempre con un occhio alla sostenibilità: oltre al prodotto tradizionale è disponibile per il

cliente la variante green certificata GOTS.

Tra le priorità della partecipazione all'evento fiorentino, anche quella di rassicurare clienti storici e potenziali sulla ripartenza dell'azienda che sta uscendo dal circolo vizioso di una lunga crisi.

«Da quando ho assunto il mandato stiamo conseguendo incoraggianti risultati. Nei mesi di novembre e dicembre del 2021 il fatturato è cresciuto del 35% e per gennaio 2022 ci aspettiamo un +25%. A trainare vendite la collezione mare, bene anche le sciarpe e gli accessori in genere. Il mercato di questo settore si è ridotto, soprattutto quello delle cravatte, molti specialisti sono spariti e quindi produttori storici come **Canepa** possono acquistare qualche quota lasciata libera» spiega Virginia Filippi impegnata a dare un'accelerazione al tessuto di abbigliamento: «Lì dobbiamo

ancora recuperare terreno, siamo partiti in ritardo con la collezione perché si stava formalizzando il passaggio alla nuova compagine azionaria, a lanciare lo sguardo oltre le difficoltà è la positiva risposta dei top brand che hanno cominciato a riordinare alcuni selezionati articoli».

### Gli ostacoli

Squarci di luce arrivano anche dal ventilato ritorno del formale sartoriale che fa perno su trame e lavorazioni nobili da sempre nel Dna del Gruppo di San Fermo. La manager si sta concentrando anche sul rilancio dell'energia e delle materie prime che rischia di rallentare la ripresa dell'intero sistema moda «Siamo in presenza di una situazione assolutamente eccezionale che tocca tutte le realtà della filiera, per affrontare questa fase emergenziale dovremo essere ancora più efficienti ad aumentare la produttività».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Prima linea dedicata alla casa con plaid e pantofole



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

11544839



Le cravatte di Fiorio, brand del gruppo **Canepa**



Un particolare dello stand **Canepa** a Pitti

## «È un segnale di fiducia per il settore»

«Fare questa fiera è stato molto difficile, era molto più facile non farla: ma la decisione sana è stata quella di farla, per il sistema, per dare fiducia».

Lo ha affermato Claudio Marenzi, presidente di Pitti Immagine, intervenendo all'evento di apertura della 101/a edizione di Pitti Uomo oggi a Firenze.

Quello della moda, ha spiegato, «è un settore che si sta riprendendo ma che lascia molti feriti dietro di sé, soprattutto nella parte più debole o più lontana dal mercato, il mondo del tessile e il mondo dei semilavorati, che non hanno la possibilità di scaricare direttamente sul mercato il proprio prodotto». In questa edizione di Pitti Uomo «in confronto a giugno 2021 che è stata la prima edizione dopo la pandemia» il numero degli espositori «è raddoppiato» perché «a giugno eravamo 250-260 marchi, quest'anno erano 620 fino a un mese fa e 580 confermati. Siamo lontani ovviamente dal periodo pre-pandemico, erano 1200 aziende, ma oggi ho fatto due ore nel mio stand e ho visto tantissimi clienti».