

Parte il rilancio di Canepa: la nuova AD illustra i progetti della società

Di [Laura Galbiati](#) - 11 Febbraio 2022

Dopo aver finalizzato un piano finanziario da 18 milioni di euro, sottoscritto da Muzinich&Co.SGR con il fondo Az Eltif Capital Solutions, da Invitalia e da Michele Canepa, la storica azienda comasca di tessuti d'alta gamma è pronta a rilanciarsi, come ha raccontato a FashionNetwork.com la nuova Amministratrice Delegata Virginia Filippi, che ha preso le redini della società lo scorso novembre.



Virginia Filippi, AD di Canepa

“Come annunciato a novembre, abbiamo adempiuto a tutti i nostri doveri per chiudere la procedura di concordato di continuità; ora dobbiamo solo aspettare che l’iter burocratico faccia il suo corso”, spiega l’AD. “Siamo consapevoli di ritornare sul mercato con una forte tradizione storica alle spalle, seppur con le difficoltà causate dalla pandemia, aggravate nel nostro caso da due anni di regime di concordato che hanno rallentato tutto il meccanismo, che ora deve ripartire”.

Canepa è pronta a rinnovarsi, consapevole del fatto che il mercato del *formalwear* difficilmente tornerà nel breve termine a come era prima e puntando dunque su una proposta più casual, a partire dallo storico brand di cravatte, sciarpe e accessori Fiorio, acquisito da Canepa nel 2007. In occasione dell’ultima edizione di Pitti Uomo, Fiorio ha presentato in anteprima la sua prima home collection, composta da quattro proposte di plaid e da un modello di pantofole, oltre alla sua prima linea di guanti e cappelli.

“Fiorio rappresenta oggi circa il 10% del fatturato del gruppo, ma vogliamo farlo crescere. Stiamo sviluppando collaborazioni con dei partner distributivi per l’apertura di corner e shop-in-shop, con un focus in particolare sulle località di villeggiatura più prestigiose, villaggi turistici e resort. Al momento Fiorio è presente in Italia, Spagna e Sud America, ma in generale l’Europa è ancora tutta da presidiare, così come gli Stati Uniti; ci sono dunque grandi potenzialità di crescita”, prosegue Filippi.



Canepa, PE 2023

Per quanto riguarda il core business dei tessuti, Canepa si sta concentrando sempre di più sulla sostenibilità e sull’economia circolare, attraverso l’utilizzo di materiali GOTS, nuove tecnologie e l’implementazione in azienda di nuovi concetti, come quello della blockchain.

“Investiremo anche in ambito digital: abbiamo già iniziato a digitalizzare una parte del nostro archivio, composto da oltre 15.000 volumi di disegni e tessuti, con uno scanner 3D ad altissima qualità. Ora intendiamo farlo anche con le nuove collezioni, in modo che i creativi possano visionarle anche online nel modo più realistico possibile. Ciò è molto utile per raggiungere clienti lontani, ad esempio quelli in Far East, nostro mercato storico, che negli ultimi due anni non abbiamo potuto visitare a causa delle restrizioni nei viaggi”, ci racconta Filippi.

Nel prossimo futuro, Canepa, che oggi realizza il 40% del proprio fatturato all’estero e conta tra i suoi mercati principali Francia, Inghilterra, Estremo Oriente e Stati Uniti, intende potenziarsi in particolare in Francia e in Asia. “Dal Medio Oriente e dal Nord Africa riceviamo soprattutto richieste per tessuti particolari, ad esempio quelli per i complementi di arredo. È un settore per il quale abbiamo in azienda l’expertise, le capacità tecnologiche e creative e sul quale vogliamo quindi puntare; stiamo infatti valutando dei partner per la parte filati”, conclude la manager.



Canepa, PE 2023

Canepa ha presentato alla 34esima edizione di Milano Unica una collezione per la PE 2023 molto ampia, composta da oltre 180 tessuti di abbigliamento donna e uomo, a cui si aggiungono le proposte per la sciarperia femminile e maschile. L'offerta varia tra tessuti jacquard e uniti, tinto filo, tinto pezza e stampati.

Alle fibre naturali in seta, lino e cotone si affiancano prodotti tecnici derivati dall'utilizzo di fibre sintetiche e artificiali, ma con uno sguardo particolare alla sostenibilità. Canepa, infatti, è stata pioniera nella produzione di tessuti a basso impatto ambientale, ad esempio attraverso la creazione del brevetto SavetheWater – Kitotex, oggi ampiamente applicato, soprattutto nella tessitura del denim. Sempre nell'ottica della sostenibilità, una parte dei nuovi tessuti naturali ha un'origine organica/biologica, mentre le fibre sintetiche sono in parte riciclate.

Di [Laura Galbiati](#)

Copyright © 2022 FashionNetwork.com Tutti i diritti riservati.