

MADE IN BIELLA Per il lanificio biellese, una missione a Tokyo, da Isetan

E Drago scommette sul Giappone

Tavola rotonda con i big del man's fashion e trunk show con il sarto Vincenzo Attolini

Il tessile made in Biella, nei primi sei mesi dell'anno, ha visto crescere le proprie esportazioni di tessuti verso il Giappone del +20,5%. Una notizia che s'inquadra dentro il più generale fenomeno di crescita dell'export italiano sul mercato nipponico tra gennaio e giugno (+23%: performance che consente all'Italia di diventare il secondo Paese esportatore Ue verso il Sol Levante, dietro alla Germania, con un significativo sorpasso sulla Francia). Un mercato, quello giapponese, destinato a diventare ancora più aperto e ricettivo, dopo la firma del Jfta, l'accordo di libero scambio tra Ue e Giappone, nel luglio scorso. Le complesse procedure di ratifica comportano che ci vorrà circa un anno prima dell'entrata in vigore del nuovo trattato che eliminerà le tariffe sugli articoli industriali (e le cancellerà o ridurrà su molti prodotti agricoli), però meglio orientare fin d'ora le strategie di penetrazione al fine di esserci o di consolidare la propria presenza. Soprattutto per il made in Biella, considerato che la distribuzione per settore dell'e-

xport tricolore in Giappone vede al primo posto proprio il tessile e abbigliamento (20%), seguito da meccanica strumentale (14%), chimica (13%), mezzi di trasporto (12%), alimentari e bevande (10 per cento). E' quello che fa una storica azienda di primo piano come "Drago Lanificio in Biella", realtà produttiva completamente integrata che, da un'accurata selezione delle materie prime migliori, produce internamente oltre 1,7 milioni di metri di tessuto di alta gamma e che si avvia a chiudere il 2018 con un fatturato a oltre 35 milioni, in crescita ulteriore sul 2017.

Evento. Proprio "Drago Lanificio in Biella", per tre giorni, dal 14 al 16 dicembre prossimi, sarà il protagonista assoluto di un evento che lo porterà a Tokyo e, precisamente, dentro una delle realtà simbolo dell'eleganza maschile: Isetan, il department store del lusso per antonomasia in Giappone. «Il Giappone - spiega Paolo Drago, presidente di Drago Spa - è un mercato molto importante per noi, da un punto di vista di



PRESIDENTE Paolo Drago è il presidente della Drago Spa

fatturato. Tengo, però, a sottolineare che l'evento per noi è un vero e proprio "banco di prova" dato dal fatto che i clienti giapponesi hanno molta cultura sulla moda e sull'eleganza maschile. Quindi, essere apprezzati in un mercato come questo diventa molto importante».

Programma. L'evento prevede una cena di gala il 14 dicembre. Anche in questo caso, è stata scelta una location simbolica: il celebre ristorante "Fratelli Paradiso" che, nella capitale giapponese, evoca il miglior made in Italy in fatto di food and beverage. Nell'occasione, ambasciatore del tessile biellese sarà Paolo Drago. Alla

speciale serata interverranno clienti illustri di Isetan, rappresentanti dell'Ambasciata italiana a Tokyo, giornalisti di moda e lifestyle, personaggi dello spettacolo e del jet set giapponese. Durante la serata, avrà luogo una speciale tavola rotonda incentrata sull'eleganza maschile e sull'evoluzione della sartorialità. Paolo Drago si confronterà con il grande sarto italiano Vincenzo Attolini (Stile Latino), con il blogger internazionale Hugo Jacomet, con Kanae Hirasawa (chief editor di Men's Ex), con Katsumi Yabe (Executive fashion editor of Men's Precious), con il direttore commerciale di Drago, Enrico Pincin, e con tre celebri sarti giapponesi: Nobuto Yamaguchi (sartoria La Scala), Hideaki Sato (sartoria Pecora Ginza) e Nemoto (Lid Taylor). Successivamente, il 15 e 16 dicembre, i riflettori su "Drago Lanificio in Biella" si accenderanno da Isetan dove verrà allestito un corner Drago. Qui, Vincenzo Attolini (che accompagnerà l'azienda biellese durante tutti i tre giorni a Tokyo) eseguirà un trunk show per i clienti dell'importante grande

magazzino del lusso. Ovviamente, il tutto attraverso la scelta e l'esposizione dei tessuti a marchio Drago. Il lanificio, per l'occasione, ha realizzato una linea esclusiva per Stile Latino. Non solo: appositamente per Isetan, Drago ha, inoltre, realizzato delle speciali bunch personalizzate, presenti nei vari department store, ove si è mantenuta la livrea ufficiale di "Drago Lanificio in Biella" customizzandola, però, con il marchio Isetan. L'evento giapponese conferma il ruolo crescente che i tessuti Drago stanno assumendo nella sartoria maschile. Dall'inizio di questo percorso sul "su misura", nel 2016, a oggi, il lanificio Drago ha ottenuto, nel segmento del bespoke, una crescita del 90%, puntando, oltre che sulla assoluta qualità dei suoi tessuti, anche sull'eccellenza del servizio ai clienti, con consegna del prodotto in 24 ore e una gestione controllo disponibilità e ordini mediante una app dedicata che, a febbraio, avrà un'evoluzione importante e soprattutto un'ampia scelta di tessuti, con 11 bunch disponibili.

● **Giovanni Orso**