

Indice

Prefazione , di <i>Giorgio Cannara</i> , Presidente Aimpes	Pag.	9
La borsa in Borsa, una scommessa vincente. Prefazione di <i>Giovanni Stella</i> , Amministratore delegato Antichi Pellettieri	»	13
Nota dell'autore	»	15
1. Il quadro della pelletteria italiana. Caratteristiche specifiche delle imprese di pelletteria	»	17
1. I tre requisiti essenziali	»	17
2. Le zone di produzione	»	20
3. Sei marchi che hanno fatto storia	»	23
3.1. Gucci	»	23
3.2. Prada	»	24
3.3. Roberta di Camerino	»	25
3.4. Fendi	»	25
3.5. Ferragamo	»	26
3.6. Trussardi	»	27
4. Firme e terzisti	»	28
5. Il <i>private label</i>	»	29
6. Il dettaglio, croce e delizia	»	31
7. Le strategie dell'export	»	34
8. Italiani all'estero e francesi in Italia	»	36
9. Contraffazione, una piaga devastante	»	37
10. Il Mipel, una vetrina per l'Italia		39
2. Il racconto di Amato Santi	»	41
1. Dal cuoio autarchico alla prigionia	»	42

2. L'Italia riparte	Pag.	45
3. Offenbach, Aimpes, Mipel	»	49
4. La stagione dei negozi	»	57
5. Si ristruttura	»	62
3. Alla corte della borsetta milanese	»	71
1. Colombetti e la scelta di nicchia	»	71
1.1. In treno con i bauli	»	73
1.2. Dal pitone al rodoide	»	75
1.3. Pronti per le firme	»	77
2. Locati, l'archivio della moda	»	80
2.1. Novantanove anni fa	»	81
2.2. Momenti di gloria e di declino	»	83
2.3. La presa di coscienza	»	86
3. Serapian, l'armeno del made in Italy	»	90
3.1. Stepan il profugo	»	90
3.2. Dall'Italia all'estero	»	92
3.3. Al lavoro per Cartier	»	93
3.4. Una scelta obbligata	»	95
4. La scuola lombarda	»	97
1. Marco Rossi, la fedeltà e le sfide	»	97
1.1. Settantadue anni con Fendi	»	98
1.2. Un viaggio in Prima Classe	»	100
1.3. Rispetto per la tradizione	»	103
2. Principe, il classico alla prova	»	105
2.1. Nati per l'uomo	»	105
2.2. Il gusto per il rustico	»	107
2.3. La via delle licenze	»	109
2.4. Rinnovare il retail	»	111
3. Bric's, rapporti consolidati	»	113
3.1. L'indole di Mario	»	113
3.2. Azienda manageriale	»	116
3.3. Dal prodotto al mercato	»	117
3.4. Bric's in vetrina	»	119
4. Mino Ronzoni, la cintura e Tosca Blu	»	122
4.1. Il patto con l'abbigliamento	»	122
4.2. Nasce Tosca Blu	»	125
4.3. L'equilibrio tra borsa e cinture	»	128
5. Tavecchi, dall'arte sacra al lusso	»	130
5.1. Un secolo tra libri e agende	»	130

5.2. La riscoperta del marchio	Pag.	132
5. Esperienze a Nordest	»	135
1. Il volo di Francesco Biasia	»	135
1.1. Tutto comincia in una stalla	»	136
1.2. Un <i>upgrade</i> costante	»	138
1.3. Burani e la politica di brand	»	140
2. Mabiani e i francesi di San Daniele	»	143
2.1. La tradizione della pantofola	»	143
2.2. Un'azienda che investe	»	146
2.3. Dagli americani alle <i>maison</i>	»	148
3. Renato Angi, dalla scarpa alla borsa	»	151
3.1. Bambino prodigio	»	152
3.2. Improvvisando a New York	»	153
3.3. Un'azienda in famiglia	»	155
6. I pellettieri della via Emilia	»	161
1. Nino Rossi e l'epopea di Redwall	»	161
1.1. L'ombrello, primo amore	»	162
1.2. Le innovazioni e Borbonese	»	163
1.3. Moschino, Armani e gli altri	»	165
1.4. Il cambio della guardia	»	168
2. Coccinelle, rivoluzione a Parma	»	170
2.1. Il peccato originale	»	171
2.2. Il successo? Un buon mix	»	172
2.3. Società in trasformazione	»	175
3. Parmeggiani, la tana del cocodrillo	»	178
3.1. Una pelle di lusso	»	179
3.2. Prima e dopo la Germania	»	181
3.3. Il problema generazionale	»	183
4. Mandarin Duck, l'avanguardia del design	»	186
4.1. Due pionieri coraggiosi	»	187
4.2. Una comunicazione diversa	»	189
4.3. I cult, dallo zainetto alla Sony bag	»	190
7. I nuovi Maestri fiorentini	»	195
1. Carla Braccialini, la fantasia al potere	»	195
1.1. Le prime borse con il vinavil	»	196
1.2. Il ricambio generazionale	»	198
1.3. Da Burani alla "casina"	»	200

2. Nannini, l'unione fa la forza	Pag.	204
2.1. Il tempo di Virgilio	»	204
2.2. La svolta degli anni '70	»	206
2.3. La terza generazione	»	208
3. I Bianchi, i Nardi e Lady Dior	»	212
3.1. Vocazione per la qualità	»	213
3.2. Firenze <i>caput mundi</i>	»	215
3.3. Da Chanel a Dior	»	216
4. The Bridge, stile anglo-toscano	»	220
4.1. Lo "scisma" del '69	»	220
4.2. Qualità, immagine e investimenti	»	223
4.3. Un marchio "vero"	»	226
8. Da Tolentino a Napoli, tra moda e tradizione	»	229
1. Laipe e il "sistema" Tolentino	»	229
1.1. Il concorrente di Gabrielli	»	230
1.2. Sotto il segno della Medusa	»	232
1.3. Cromia, il dopo Versace	»	234
2. Ripani, lavorare a testa alta	»	238
2.1. La stagione dei grandi magazzini	»	239
2.2. Il marchio e le fiction	»	240
2.3. <i>Made in Italy</i> vincente	»	243
3. Scepi e il prestigio di Napoli	»	246
3.1. Il commerciante e le borse da sera	»	247
3.2. Da Bally a Guy Laroche	»	249
3.3. Il tempo di Giorgio Armani	»	252
9. Conclusioni. Perché la pelletteria italiana è ancora leader mondiale?	»	255