



Giuseppe Nardelli

# LIU·JO UOMO

## *Ecco i punti di forza*

*Il fondatore di Co.Ca.Ma Giuseppe Nardelli: "Il successo del brand? L'innovativo approccio retail, l'attenzione al consumatore, l'eccellente rapporto qualità-prezzo e la filosofia made in Italy"*

DI SERGIO GOVERNALE

“

*La collezione Plus, dedicata a un consumatore più ricercato, si compone di capi di qualità eccellente, nel rispetto del già ottimo rapporto qualità-prezzo, uno dei punti di forza del brand.*

*Una proposta che attualizza il business classic, con dettagli dal twist moderno e rassicurante, nella quale il consumatore più attento si può facilmente identificare.*

”

**I**l successo di Liu Jo Uomo? “L'innovativo approccio retail, l'attenzione al consumatore, l'eccellente rapporto qualità-prezzo e la filosofia made in Italy”. Parola di Giuseppe Nardelli, fondatore e proprietario di Co.Ca.Ma, società con sede a Nola, in provincia di Napoli, licenziataria del brand che fa parte di un progetto di joint venture partecipata da Liu Jo Spa.

**Vuole ricordare come e quando nasce la partnership con Marco Marchi, presidente di Liu Jo Spa?**

Nel 2012, da un rapporto di solida amicizia e ventennale collaborazione, ha preso vita questo nuovo progetto, destinato in breve tempo a conquistare con successo quell'ampia fascia di consumatori alla ricerca di uno stile confortevole, pratico e attuale. Assieme a Marco Marchi, fondatore del brand carpigliano Liu Jo, è stato stretto un accordo di licenza per la produzione e distribuzione di un nuovo brand di

abbigliamento maschile: Liu Jo Uomo. L'ambizioso obiettivo è partito con l'idea di offrire agli uomini capi casual e raffinati, in grado di esaltarne il fascino. Prodotti rassicuranti e confortevoli dallo stile metropolitano, pensati per un uomo contemporaneo e per diverse situazioni d'uso, dalle occasioni di lavoro al tempo libero, dall'aperitivo serale al week end. Un uomo che desidera sentirsi sempre a proprio agio con il look giusto in ogni momento della giornata.

**Parlando della collezione autunno-inverno 2017, quali sono le novità e i capi iconici che fanno parte del successo del brand?**

L'attenta analisi del mercato e l'esplorazione delle nuove tendenze di settore sono i punti di partenza da cui ha preso vita la nuova collezione di Liu Jo Uomo. È così nato il guardaroba ideale per un uomo che esprime il proprio fascino naturale con semplicità, un uomo elegante, attento alle tendenze e alla propria immagine, che ama capi raffinati, dalla vestibilità co-



“ *La collezione Sport è una proposta dal mood urban/sport/casual pensata per il tempo libero. Forte presenza di tessuti tecnici e pratici per capi iconici come la straordinaria felpa Liu Jo Uomo.* ”



moda e confortevole, dall'eleganza rilassata e rassicurante. Tre le collezioni che compongono la proposta Liu Jo Uomo. La collezione Plus, dedicata a un consumatore più ricercato, si compone di capi di qualità eccellente, nel rispetto del già ottimo rapporto qualità-prezzo, uno dei punti di forza del brand. Una proposta che attualizza il business classic, con dettagli dal twist moderno e rassicurante, nella quale il consumatore più attento si può facilmente identificare.

**Quali sono le altre due?**

La collezione Sport è contaminata dal mondo active: una proposta dal mood urban/sport/casual pensata per il weekend e il tempo libero. Forte presenza di tessuti tecnici e pratici per capi iconici come la straordinaria felpa Liu Jo Uomo. Per gli outerwear vengono utilizzate termosaldature e speciali gommature, prese a prestito dal mondo active e reinterpretate in chiave urban. Una proposta di scarpe urban-running realizzate in Italia completa la collezione. La proposta diventa completa grazie alla terza collezione: quella Denim, altro cavallo di battaglia del

brand. Realizzata con tele italiane dai finissaggi naturali, è caratterizzata da una personalizzazione discreta ma iconica fatta di dettagli accurati ed esclusivi.

**Altre novità?**

Rilevante la collezione shoes, che spazia dal mondo running e sneaker alla calzatura classica prodotta artigianalmente in Italia, utilizzando i migliori pellami presenti sul mercato. Abbiamo inoltre potenziato la collezione Accessori. Un ampliamento nato dalla forte richiesta del mercato. Dalle cinture coordinate alle calzature, a un'ampia proposta di zaini, borse da viaggio, cartelle da lavoro oltre alla serie Travel: due trolley rigidi in fibra di carbonio.

**A chi si rivolge la collezione Liu Jo Uomo?**

L'uomo Liu Jo Uomo guarda alle tendenze ma non ama gli eccessi, sceglie autonomamente e con cura i capi che



“ *La collezione Denim è realizzata con tele italiane dai finissaggi naturali, è caratterizzata da una personalizzazione discreta ma iconica fatta di dettagli accurati ed esclusivi.* ”

tenzione con il suo sguardo intenso, la bellezza disarmante e l'eleganza rassicurante. La campagna di comunicazione che lo vede protagonista esalta la duttilità dei capi iconici di questa collezione, proponendo commistioni tra lo stile formale e quello più casual, un gusto che esprime e rispecchia perfettamente l'identità di chi indossa Liu Jo Uomo. L'hashtag #anUrbanTale, dedicato alla campagna protagonista anche sui social network, fa da leitmotiv a tutti i materiali di comunicazione, dai look book al visual presente nei punti vendita.

**Come racconterebbe Co.Ca.Ma in termini di modello di business? Quali sono i punti di forza che secondo lei hanno determinato una crescita così veloce?**

L'innovativo approccio retail, l'attenzione al consumatore, l'eccellente rapporto qualità-prezzo e la filosofia made in Italy: ecco i fattori di successo del brand Liu Jo Uomo. Collezioni pensate per un uomo contemporaneo, che ama esplorare stili diversi scegliendo capi rassicuranti e duttili, che gli permettono di indossare con disinvoltura l'outfit da ufficio anche all'ora dell'aperitivo.

**Cosa vi aspettate dal 2017 e in proiezione nel 2018? Nuove aperture, nuovi mercati?**

Forte di una solida esperienza e grazie alla struttura manageriale e operativa, in progressiva espansione, il marchio si sta preparando a nuove sfide tra le quali la conquista di un consumatore più ricercato, la significativa penetrazione dei mercati esteri e il progressivo avvio dell'e-commerce, grazie al consolidamento di partnership con le principali piattaforme web specializzate nella vendita on-line. ■