



# SALVATORE FERRAGAMO

*Tradizione e innovazione  
made in Italy*

*Il brand fiorentino di origini campane unisce artigianato  
di alta qualità e tecnologia all'avanguardia,  
traendo spunto dal passato per ridisegnare il futuro*

DI SERGIO GOVERNALE

**T**radizione e innovazione. Sono le caratteristiche di Salvatore Ferragamo, brand made in Italy sinonimo di alta qualità. Il marchio trae infatti spunto dal passato per ridisegnare il futuro, come ha spiegato il gruppo fiorentino di origini campane in occasione della presentazione della collezione primavera-estate e ribadito in quella Pre-fall 2019. Partendo dai nuovi prodotti ispirati ai modelli dell'archivio Ferragamo, il direttore creativo donna Paul Andrew e il design director uomo Guillaume Meilrand hanno creato insieme una collezione uomo e donna all'insegna dell'unione di artigianato di alta qualità e tecnologia all'avanguardia. I due creativi hanno dato forma per la stagione calda a un concetto di lusso che evoca l'umile funzionalità dell'abbigliamento da lavoro – in un tributo al percorso di Salvatore Ferragamo, che emigrò in America poverissimo per inseguire il suo sogno – allineandosi al contempo al linguaggio della moda dei giorni nostri.

Ebbene, per comprendere come nasce questa eccellenza tricolore, ricordiamo le origini. La maison toscana, che oggi è uno dei marchi del made in Italy più famosi al mondo, ha un cuore campano. Il suo fondatore, Salvatore, nasce infatti a Bonito, in provincia di Avellino. Dopo aver imparato l'arte di calzolaio a Napoli, si imbarca per gli Stati Uniti, dove in breve tempo a Hollywood si guadagna il nome di "calzolaio delle stelle". Al suo ritorno in Italia, dopo tredici anni di attività in giro per gli Usa, si stabilisce a Firenze, dove produce scarpe da donna destinate inizialmente solo al mercato americano. È il 1927 e nasce la prima azienda Salvatore Ferragamo, che



Salvatore Ferragamo

*Con oltre quattromila dipendenti e una  
rete di quasi 700 punti vendita,  
Ferragamo è presente in più di novanta  
Paesi attraverso società che consentono  
di presidiare il mercato europeo,  
americano e asiatico.*



*Il gruppo è attivo nella creazione, produzione e vendita di calzature, pelletteria, abbigliamento, prodotti in seta e altri accessori, nonché profumi, per uomo e donna tutti rigorosamente made in Italy.*

prende nuova vita, e lustro, dopo la Seconda Guerra Mondiale. Siamo negli anni '50. L'azienda diviene meta di attrici del cinema, del jet-set internazionale e delle famiglie reali.

Anticipare i tempi è sempre stata una caratteristica del fondatore. L'imprenditore campano non solo è stato un pioniere in fatto di creatività (molte delle calzature da lui ideate sono ancora oggi un esempio per la modernità del loro disegno e della loro concezione), per le materie prime innovative (è stato il primo a utilizzare il sughero, il filo di nylon da pesca, ma anche il cellophane, la rafia e tantissimi altri materiali poveri per realizzare delle scarpe che sono diventate oggetto di culto), a intuire lo stretto legame fra moda e cinema e a focalizzarsi sulla ricerca per coniugare al meglio forma, calzabilità e comfort della scarpa (nella sua vita ha registrato oltre 350 brevetti). Il gruppo è stato antesignano anche sul fronte dell'espansione sui mercati internazionali, qualificandosi come uno dei primi marchi italiani ad aprirsi al mondo, iniziando a esportare negli Usa già negli anni '50, in Giappone alla fine degli anni '70 e aprendo il primo monomarca in Cina nel 1994.

La produzione si estende inizialmente dalle



scarpe alle borse, all'abbigliamento e ai foulard. Nel 1960, con la morte dello stilista, il posto di presidente viene occupato dalla moglie Wanda Miletti, scomparsa lo scorso mese di ottobre. L'azienda propone negli anni '70 una linea maschile e inizia la produzione di accessori in seta, quali foulard e cravatte. A occuparsi degli accessori di seta e dei bijoux è la figlia Fulvia Visconti Ferragamo. A partire dalla fine degli anni Novanta arrivano gli occhiali, le fragranze, gli orologi e i gioielli. Nel 2006 Ferruccio Ferragamo succede alla madre alla presidenza. Nel 2011 arriva la quotazione in Borsa con il collocamento del 25 per cento del capitale.

Oggi l'azienda è guidata da Micaela le Divelec Lemmi in veste di amministratore delegato. Il gruppo è attivo nella creazione, produzione e vendita di calzature, pelletteria, abbigliamento, prodotti in seta e altri accessori, nonché profumi, per uomo e donna tutti rigorosamente made in Italy. La gamma dei prodotti si completa, inoltre, con occhiali e orologi, realizzati su licenza da terzi in Italia e all'estero, con l'obiettivo di sfruttare le eccellenze locali. Attenzione all'unicità e all'esclusività, ottenute coniugando stile, creatività e innovazione con la qualità e l'artigianalità tipiche del made in Italy, sono le caratteristiche che contraddistinguono da sempre i prodotti del gruppo.

I prodotti Salvatore Ferragamo sono realizzati fin dagli anni Sessanta presso una rete altamente selezionata e fidelizzata di laboratori. Il gruppo si occupa inoltre dello sviluppo e della distribuzione di profumi a marchio "Salvatore Ferragamo" ed "Emanuel Ungaro" mediante la controllata Ferragamo Parfums.

Con oltre quattromila dipendenti e una rete di quasi 700 punti vendita, Ferragamo è presente in più di novanta Paesi attraverso società che consentono di presidiare il mercato europeo, americano e asiatico. In particolare, è presente sia attraverso una rete di store monomarca che tramite negozi e spazi personalizzati monomarca gestiti da terzi nonché, in maniera complementare, attraverso una presenza qualificata presso department store e specialty store multimarca di alto livello. L'unico livello, quello di alta qualità, che si addice al brand made in Italy. ■



*Attenzione all'unicità e all'esclusività, ottenute coniugando stile, creatività e innovazione con la qualità e l'artigianalità tipiche del made in Italy; sono le caratteristiche che contraddistinguono da sempre i prodotti del gruppo.*