



# KITON

*conquista l'Oriente*

*Nuove aperture in Giappone e Vietnam  
Il CEO De Matteis: "No al fast fashion"*

DI FRANCESCA RASPAVOLO

L'abito come paradigma dell'eleganza, l'alta sartoria moderna che si regge sulle spalle forti e antiche del fatto a mano, il fully bespoke che coesiste perfettamente con il ready to wear, la giacca napoletana come ambasciatrice nel mondo del Made in Italy. "Il meglio del meglio, più uno". È la magia di Kiton: dal laboratorio di Arzano fondato nel 1968 dal cavaliere Ciro Paone ai 5 maxi-stabilimenti produttivi di oggi, l'azienda di famiglia è diventata un colosso con oltre 800 dipendenti, 60 boutique in 73 paesi e un giro d'affari che supera i 200 milioni di ricavi. Ora la casa di moda guarda ad Oriente, con due nuovi store in Giappone e in Vietnam. "Possiamo dire con orgoglio di non avere mai conosciuto crisi, ma al tempo stesso di essere perennemente, costantemente e instancabilmente all'opera per non perdere nulla di quanto abbiamo costruito", racconta il ceo Antonio De Matteis, alla guida dell'azienda insieme a Maria Giovanna Paone (Presidente e Direttore Creativo), Antonio Paone (Presidente di Kiton USA) e i soci Raffaella Paone e Silverio Paone.



Il 2023 è stato un anno record per Kiton, con un aumento del fatturato del 26%, in particolare con un'importante crescita del mercato americano. Come si spiega questi numeri?

Sì, gli Usa hanno fatto registrare un ottimo +20%, ma in generale tutti i mercati hanno rispettato le nostre aspettative. Non ci sono formule magiche o qualche segreto in particolare, la nostra ricetta è una perfetta combinazione di elementi, tutti assolutamente necessari: massima qualità dei prodotti, altissima attenzione al cliente e al processo produttivo, costante innovazione e la precisione dell'alta sartoria, fino all'ultimo dettaglio.

Quali sono le novità di quest'anno?

Nei primi tre mesi abbiamo aperto nuove boutique a Francoforte e Baku e ci prepariamo all'inaugurazione degli store di Tokyo e Ho Chi Minh in Vietnam, a conferma del



“Non ci sono formule magiche o qualche segreto in particolare, la nostra ricetta è una perfetta combinazione di elementi, tutti assolutamente necessari: massima qualità dei prodotti, altissima attenzione al cliente e al processo produttivo, costante innovazione e la precisione dell'alta sartoria, fino all'ultimo dettaglio.”

nostro interesse per l'Oriente. Siamo fiduciosi per il 2024: abbiamo avuto un'ottima raccolta di ordini e contiamo di continuare a crescere a livello globale.

**Se nell'immaginario collettivo Kiton è un luxury menswear specializzato nel bespoke, in realtà l'azienda ha investito tanto sul ready to wear, sul womenswear e sugli accessori. Come sta andando il segmento donna?**

Posso dire con profondo orgoglio che Kiton donna ha avuto un importante slancio e che ci sta dando grandi soddisfazioni. Per la prossima stagione proponiamo un guardaroba fresco, funzionale e capace di rispecchiare lo spirito più puro dell'estate.

**Quanto contano internet, social media e e-commerce per Kiton?**



Antonio De Matteis

“Siamo assolutamente sostenibili, siamo l'esatto opposto del concetto di fast fashion: a livello energetico grazie all'impiego di pannelli solari gli stabilimenti sono alimentati per il 50% con energia pulita, mentre sul piano della produzione utilizziamo packaging green e fibre naturali.”

Al digitale ci siamo arrivati con ritardo, in concomitanza con il Covid: la pandemia ci ha obbligati all'e-commerce e ci siamo adattati, anche se internet non è mai stato e non sarà mai il nostro 31 salva tutti. La gente ha ricominciato a viaggiare, ha voglia di vivere, di vedere le cose, di toccarle con mano e questa è anche la nostra filosofia. In particolare poi con i capispalla e le giacche il rapporto dal vivo è imprescindibile, sono necessari il calore umano, l'attenzione fisica, la presenza.

**Come si è evoluto lo stile di Kiton e quindi il vostro cliente tipo negli anni?**

È un uomo, una donna di un certo livello, curiosi, unici, sicuri, che cercano qualità: chi veste Kiton, oggi come in passato, esige un capo esclusivo che duri nel tempo e che definisca il suo stile personale,

uno stile sicuramente più informale per un gentleman contemporaneo che vuole esaltare la propria eleganza con un abbigliamento comodo e rilassato.

**Crisi climatica, inquinamento, sostenibilità: cosa fa Kiton per l'ambiente? E come riesce un'azienda così grande a rispettare standard ecologici?**

Siamo assolutamente sostenibili, siamo l'esatto opposto del concetto di fast fashion: a livello energetico grazie all'impiego di pannelli solari gli stabilimenti sono alimentati per il 50% con energia pulita, mentre sul piano della produzione utilizziamo packaging green e fibre naturali. Anche il fatto che i nostri capi siano appositamente studiati per durare nel tempo contribuisce a ridurre sprechi e quindi a proteggere la natura. ■