



# BRIGLIA 1949

## *la nuova sartoria*

*Nuova collezione per il brand ispirata alla Scozia  
Il patron Michele Carillo: "L'eleganza non ha tempo"*

**DI FRANCESCA RASPAVOLO**

**“M**etti un capofamiglia visionario che insegna ai suoi figli l'antica arte della sartoria napoletana. Metti un'esperienza ventennale nella realizzazione di capi sartoriali da uomo, tramandata in famiglia. Metti qualità, e non quantità. Metti tutti questi preziosi elementi e ottieni Briglia 1949: il brand campano - fondato dai fratelli Michele, Rosaria e Nelly Carillo - dal 2012 reinterpreta in chiave moderna i classici del menswear. Pantaloni e capispalla dai modelli rigorosamente

sartoriali che diventano innovazione perché declinati alla luce della contemporaneità, perché riletti alla luce della modernità. A dare forma al sogno, coniugando tradizione e innovazione e costruendo un ponte tra passato e futuro è Michele Carillo, titolare e designer di Briglia 1949. "Intuito, artigianalità, stile e un profilo aziendale moderno e dinamico: la nostra è una storia di passioni".

**Ci racconti tutte le novità della collezione**





“ Per la linea della prossima stagione fall/winter abbiamo presentato una vasta gamma di nuove proposte, ricche in termini di tessuti, modelli e colori. L'ispirazione dei tessuti parte dagli altopiani scozzesi che rievocano tutta una serie di mondi ben identificativi come i tartan check, blen check, gunclub check e tweedy: ”

**autunno/inverno di Briglia 1949.**

Per la linea della prossima stagione fall/winter 2024/25 abbiamo presentato al Pitti una vasta gamma di nuove proposte, ricche in termini di tessuti, modelli e colori. L'ispirazione dei tessuti parte dagli altopiani scozzesi che rievocano tutta una serie di mondi ben identificativi come i tartan check, blen check, gunclub check, tweedy e svariate lane dai tocchi morbidi ed avvolgenti. La collezione è articolata, come sempre, su diversi mondi di riferimento e diversi momenti d'uso, ormai ben noti ai nostri clienti: Performance, Sartoria, Denim e Cotoni.

E, infatti, come da tradizione, nel catalogo au-

tunno/inverno di Briglia 1949 c'è la linea Performance: pantaloni innovativi e versatili, in jersey, tessuti tecnici e lane dalle caratteristiche multifunzionali, con nuances che vanno dal beige chiaro ai grigi. Sartoria, invece, presenta pantaloni eleganti e lussuosi, con vestibilità morbide ed avvolgenti, in tessuti nobili e leggeri come la flanella di puro cachemire stretch e il merino lambs wool, in toni neutri come il charcoal/ivory, il camel, il tabacco, il chocolate, ravvivati da tocchi di emerald/green, peach/pink eggplant-purple. Nel mondo Denim il jeans è reinterpretato con tele raw e bull su cinque tasche. Infine i Cotoni: cotoni pregiati, misti con tencel, lyocel e anche cache-



mire. Completano l'offerta alcuni abiti dai fit giovani e moderni, composti da giacche dalla tipica costruzione sartoriale napoletana insieme ai più iconici pantaloni delle collezioni Briglia 1949, ed anche alcune giacche camicie ed over gilet.

**Passiamo alle analisi: ci può tracciare un bilancio dell'ultimo anno di Briglia 1949 dal punto di vista economico, sotto il profilo delle vendite e quello dell'import-export?**

L'anno che si è concluso ha fatto registrare per il brand un deciso consolidamento, con numeri in crescita a doppia cifra. Abbiamo riscontrato un significativo incremento, sia dal punto di vista del fatturato, sia del numero dei clienti, con un altro termometro molto importante, ovvero la fidelizzazione e la profondità di acquisto da parte di tutta la clientela già esistente. Inoltre abbiamo ampliato la nostra rete dei clienti esteri, in particolare in tutte le aree nelle quali siamo già presenti e stiamo lavorando per sviluppare il nostro prodotto in maniera decisa e capillare anche in quei paesi di più recente apertura, come la Corea e gli Stati Uniti.

**Italia, Corea, Usa, ma qual è il futuro di Briglia 1949?**

L'azienda, malgrado il trend dell'intero settore sia in forte contrazione, vede un futuro ottimistico per il continuo sviluppo del brand: questo grazie soprattutto ai rapporti ormai consolidati da anni, sia con clienti che con l'intera rete vendita e filiera produttiva. Mi sento di sottolineare anche i brillanti risultati di sell-out del prodotto, che lo rendono sicuramente prioritario nelle drastiche selezioni di brand che i clienti sono obbligati a compiere ormai da qualche stagione. Inoltre, c'è grande fiducia per la crescita che ci si attende in quei mercati sui quali si è iniziata la distribuzione nelle ultime stagioni, in particolare in Corea e negli USA. ■



Michele Carillo

“ L'azienda, malgrado il trend dell'intero settore sia in forte contrazione, vede un futuro ottimistico per il continuo sviluppo del brand: questo grazie soprattutto ai rapporti ormai consolidati da anni, sia con clienti che con l'intera rete vendita e filiera produttiva. ”