



## Tra i protagonisti di White: American Vintage continua la corsa ed è di scena a Milano

Dalla sua nascita nel 2005, l'etichetta American Vintage , fondata in Francia da Michaël Azoulay , è cresciuta a ritmi esponenziali affermandosi ben oltre confine, Italia inclusa. Dopo l'apertura del primo monomarca a Torino, il brand progetta di aprire un altro punto vendita a Milano.

Per il brand - presenza ormai fissa ai saloni made in Italy, da Pitti Uomo a White Milano - il wholesale nel nostro Paese è in crescita costante con circa 200 clienti, tra department store e multimarca, e una presenza selezionata in particolare da Coin , il grande magazzino specializzato in marchi di alta gamma.

Passando da un giro di affari da 1,6 milioni di euro nel 2005 a 84 milioni nel 2016, American Vintage ha registrato un aumento del fatturato 2018 del 18% e prevede, per la fine 2019, di continuare l'incremento costante, arrivando con una percentuale in positivo ancora maggiore a fine anno.

Continuando la strategia improntata al made in Italy, l'etichetta partecipa al salone White, dove presenta un'anteprima della collezione invernale, e mostra la SS 2020, realizzata con tessuti naturali come il cotone Supima .

L'ecosostenibilità è infatti da sempre una priorità per il marchio, che lavora sull'ottimizzazione dei propri processi produttivi, cercando così di impattare meno sull'ambiente.

Per la realizzazione dei denim, per esempio, l'azienda collabora con la tunisina Bizerte , che dal 2005 è il riferimento mondiale per la produzione etica e sostenibile del jeans.

Attualmente American Vintage annovera 62 boutique e 37 corner, di cui 53 negozi, 31 corner e 450 punti vendita dedicati solo in Francia. All'estero vanta una presenza capillare in Belgio, Spagna, Israele e Hong Kong.

c.bo.