

## CASI DI SCUOLA

a moda può essere una commedia di successo. E conquistare le più ambite platee dell'export, come il Giappone. A Parma, sfogliando uno dei celebri capolavori di Oscar Wilde, c'è chi si è fatto venire un'idea vincente. Si tratta di Enrico Mezzadri, titolare dell'azienda Gianfranco Bomezzadri, che in team con Vincenzo Reggiani (titolare della boutique Lacerba di Rimini) ha creato Ernesto. Ernesto è una collezione di sole giacche, arricchita da tracolle e porta tablet coordinati, che sta facendo volare l'azienda di casa. «Bra un momento di stanca per l'abito — racconta Mezzadri — così ci siamo inventati una giacca dalla forte personalità, bella ma molto più easy da portare».

La Gianfranco Bomezzadri, fondata nel 1954 dall'omonimo sarto, nonché successore di Mezzadri, fino all'inizio degli anni Novanta lavorava per negozi e per conto terzi. Con l'ingresso nel 1992 della figlia Elisabetta e del marito Enrico, lancia una sua linea con il marchio dell'azienda. Tre anni fa viene invece alla luce Ernesto. Come nel caso di Ernest-jack, protagonista de L'importanza di chiamarsi Ernesto, «questa linea ha una doppia personalità: essendo un capo destrutturato, può essere giacca o camicia, e venire indossato in contesti eleganti ma anche informali».

I capi, nonostante i prezzi importanti (il costo di una giacca si aggira sui 900-1.000 euro), vanno a ruba. Il Giappone è il pri-



Stilista Enrico Mezzadri, titolare dell'azienda Gianfranco Bomezzadri, ha ideato tre anni fa il brand Ernesto con Vincenzo Reggiani

## L'importanza di vestire Ernesto

Grazie a lanifici biellesi e inglesi, Enrico Mezzadri ha creato a Parma una linea di sole giacche destrutturate che all'estero va a ruba

mo mercato di Ernesto, ma non l'unico: «In Europa ci siamo già, abbiamo appena messo un piede in Corea e stiamo lavorando per capire come muoverci sulla costa Ovest degli Stati Uniti. L'Italia? Il prodotto piace, ma il prezzo non è adatto al nostro mercato». Per realizzare i tessuti, Mezzadri e soci si appoggiano

a lanifici biellesi e inglesi, poi tutto viene lavorato all'interno dello stabilimento di Parma. Che dà lavoro a 110 persone, realizza 20.000 capi l'anno e ha un giro d'affari di 8,5 milioni di euro.

«Mio suocero è del '37 e molti suoi collaboratori ora sono in pensione. Ma hanno tutti trascritto nelle giovani leve la cultura

del saper fare, quindi la professionalità è rimasta alta». Di delocalizzazione non si è mai parlato: «Questo prodotto ha bisogno di notevole cultura sartoriale. E poi rimanere legati alle radici e al made in Italy è fondamentale». A Parma c'è sempre stata una cultura dell'abbigliamento di lusso. E la Regione so-

scino i capi». Le giacche di Ernesto si vedono in pochi, esclusivi store. In Emilia si possono acquistare da Lacerba a Rimini o da Oliver a Parma. Il cliente di riferimento per la linea Ernesto è «un uomo di cultura che ama vestirsi bene e divertirsi vestendosi».

L'ultima collezione di Ernesto presentata a Pitti punta su un inedito etno-regimental con giacche tutte realizzate in baby alpaca. Sempre a Pitti è stata presentata la nuova collezione di

### Mercato

Il giro d'affari del brand è di 8,5 milioni. Vende soprattutto in Giappone ed Europa

Paideia, linea di casa ancora in fase startup. «Un progetto nuovo mirato sull'abito con un ritorno moderno, fresco e raffinato all'uomo più elegante possibile». L'obiettivo di Mezzadri e soci è quello di «consolidare lo sviluppo di Ernesto e far partire Paideia». Oggi il 50% della produzione dell'azienda è dedicata alle tre linee di casa quindi la Gianfranco Bomezzadri (35%), Ernesto (50%) e Paideia (15%), mentre la metà restante è a favore di maison di prestigio, italiane e straniere. Ma sono percentuali, visto il successo di Ernesto, che potrebbero presto cambiare...