

Zegna brilla a Chengdu con la sua Oasi cashmere

«Questa città è una delle più promettenti del Paese. Qui abbiamo una clientela giovane e molto fedele», ha spiegato a **MFF** il direttore artistico Alessandro Sartori. Con oltre 307 milioni di euro di ricavi nel primo semestre, la Cina si conferma un mercato chiave per il brand. Che nella metropoli del Sichuan apre un pop-up dedicato ai filati green

Dal Piemonte a Los Angeles. E da Los Angeles alla Cina. Dopo la tappa della co-lab con The Elder statesman nella metropoli californiana, l'Oasi cashmere di Zegna fa rotta su Chengdu per andare a consolidare una liaison con il Paese del drago iniziata quasi 40 anni fa. Quando, nel 1985, alcuni membri della famiglia giunsero per la prima volta in Cina per andare alla ricerca di materiali di alta qualità, tra cui proprio il cashmere. Oggi l'azienda del biellese conta un totale di 84 punti vendita tra boutique e outlet in un mercato che, nel primo semestre 2023, ha generato 307 milioni di euro di entrate (+27%). «L'Oasi Zegna a Trivero è la casa dei nostri valori. In Cina, Chengdu è una delle città più giovani, moderne e ricche di contenuti», ha spiegato a **MFF** il direttore artistico del brand, Alessandro Sartori, durante l'evento inaugurale del pop-up store Zegna Oasi cashmere aperto ieri nel complesso commerciale di lusso Gao house Taikoo Li. Se a pochi chilometri dalla città si trovano parchi secolari, riserve di panda,

templi abbarbicati sulle montagne e una lussureggiante vegetazione, nella metropoli si respira un grande fermento. E non soltanto per la presenza all'evento del nuovo brand ambassador Leo Wu, originario proprio di Chengdu, che assieme ad altre celebrities locali ha attirato una folla di giovanissimi fan in adorazione. «Questa è una città che ci interessa perché abbiamo un pubblico particolarmente giovane e molto affezionato, oltre a due negozi davvero molto belli. È una città del futuro, incredibile», ha affermato lo **Alessandro Sartori**. «Venivamo spesso in Cina già prima del Covid e ora stiamo tornando perché, aldilà del business, è un Paese estremamente interessante da visitare ed è molto interessante lavorare con questi consumatori. Cambiano costantemente perché sono estremamente reattivi, oltre che giovani e con una capacità di spesa elevata». Le dinamiche un tempo proprie solo di alcuni mercati, ha illustrato il creativo, oggi infatti si notano fortemente anche in Cina, che è stato uno dei primi luoghi post Covid in cui alcuni trend sono passati e certi altri si sono fortemente sviluppati. «Ci sono una serie di tendenze anche in funzione delle diverse città, perché il sud è influenzato da quel tipo di

clima, geografia politica e geografia sociale e dalla vicinanza di Hong Kong, oltre a essere una zona industriale e manifatturiera importante. Il nord è totalmente diverso», ha precisato Sartori. Che nella metropoli del Sichuan ha dato vita, per le prossime tre settimane, a uno spazio dall'atmosfera vibrante e sofisticata dedicato esclusivamente alla linea Oasi cashmere. «L'Oasi Zegna per noi non è solo l'incredibile polmone verde creato dal nostro visionario fondatore **Ermenegildo Zegna**, ma è anche fonte di ispirazione estetica e la casa dei nostri valori. Denominiamo Oasi quella cerchia di prodotti che hanno tutte le caratteristiche che ci portano a capi, manufatti e tessuti totalmente sostenibili», ha raccontato il creativo. «Al nostro cashmere, oltre a caratteristiche sostenibili vere nel processo di lavorazione, si aggiunge un tema di tracciabilità del prodotto. Tutto il filato di questa collezione, e Zegna ormai usa soltanto cashmere Oasi, proviene dalla Mongolia e noi acquistiamo questa fibra soltanto da selezionati allevamenti. Una volta acquistata la fibra, costruiamo i filati più diversi, dai cardati ai pettinati, avendo quindi il controllo sull'intero ciclo produttivo, perché i filati vengono mandati in laboratori dentro il circuito della supply chain integrata Zegna, alcuni dei quali lavorano esclusivamente a mano». Solo nella collezione presente nello spazio di Chengdu sono presenti otto fili esclusivi di Oasi cashmere con caratteristiche diverse. Dalle maglie fatte a mano alle maglie garzate a mano, jacquard, tessuti di jersey trasformati con la maglia e combinati insieme. Oltre alla capsule con The elder statesman svelata nelle scorse settimane in California, dove i capi sono nati. «È una realtà molto speciale per me. Ricordo quando vedevo questi prodotti meravigliosi da **Isetan** in Giappone, **Maxfield** a Los Angeles, **Dover**



Superficie 77 %

street market a Londra. Avevano un che di fatto a mano che mi faceva avvertire una certa affinità, che mi emozionava», ha ricordato Sartori. «Poi circa tre anni fa un conoscente ha messo in contatto me e il founder, **Greg**, per un semplice caffè mentre si trovava a Milano. Lo abbiamo portato a visitare l'Oasi a Trivero, lui in seguito ha invitato me e il nostro cmo **Edoardo Zegna** per mostrarci il suo lavoro. Fanno cose uniche perché lavorano i capi a mano, li costruiscono a mano. Ha voluto tornare a incontrarci e capire se poteva usare la nostra tecnologia per i suoi prodotti e a noi è venuta la voglia di fare qualcosa con il suo prodotto magnifico. Tre anni dopo è nata questa collaborazione». Una creatività che emerge attraverso colori, forme, jacquard, fantasie. Che si può letteralmente toccare con mano. «Credo sia un mondo particolarmente bello che non è facile trovare a questo livello di lusso. E ritengo che soprattutto in una città come Chengdu, dove ci sono giovani che amano la creatività di questo tipo, un prodotto di fantasia con dei colori così vibranti e belli possa avere successo», ha concluso Sartori. (riproduzione riservata)

Federica Camurati (Chengdu)

