

Accedi - login

Nome utente Password Ricordami 

Hai dimenticato la password? Hai dimenticato il tuo username? Crea un nuovo account

[HOME](#) [CHI SIAMO](#) [SFOGLIA TUTTI I NUMERI](#) [BLOGS](#) [LINK UTILI](#) [PRIVACY POLICY](#) [CONTATTI](#)**Menu Principale**[Home](#)[Chi siamo](#)[Sfoglia tutti i numeri](#)[Blogs](#)[Link Utili](#)[Privacy Policy](#)[Contatti](#)**Contenuti**[Editoriale](#)[Profili di impresa](#)[Articoli](#)[Ex cathedra](#)[Ecce gaudium](#)[Ecce dolor](#)**Gioca con noi**[Sei un esperto di fashion marketing?](#)[Fai il nostro quiz e scopri!](#)Home ~ [Articoli](#) ~ Aspettando il Pitti: Anissey Life

## Aspettando il Pitti: Anissey Life

Articoli - Articoli

Scritto da Paola Vee

Domenica 05 Giugno 2011 19:39



Il casone di Caorle nella laguna veneta, l'atelier di Massimo Vello

Sarà un piacere, quest'anno, come da qualche anno ormai, andare a toccare con mano le novità presentate da Anissey Life al Pitti Uomo.

Ricordo ancora quando nella Fortezza da Basso ho scoperto il mondo meraviglioso creato da Massimo Vello e Alessandro Bertacco. Ricordo soprattutto il sorriso gentile con cui Vello accoglieva tutti, e la precisione e l'entusiasmo con cui presentava la sua nuova linea di giacche morbide, capaci di esprimere sapientemente, allora come ora, la perfetta contaminazione tra classico, sportswear e ricerca.

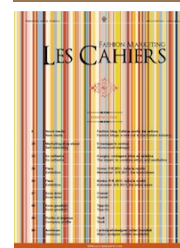
Da allora tante cose sono cambiate e, com'era prevedibile, il marchio ha fatto molta strada. Al punto che quest'anno la nuova collezione non sarà più presentata nella Sala delle Nazioni, all'interno della sezione Futuro Maschile, come accaduto per nove edizioni, ma nel Padiglione Centrale (stand U5 per la precisione), il cuore del Pitti Uomo, come si conviene ai marchi più forti sul mercato, sia in termini di successo di vendita, sia in termini di notorietà del brand.

La promessa fatta nel 2007 agli organizzatori del Pitti, quella di diventare un riferimento certo del "futuro maschile" è stata mantenuta. A distanza di soli quattro anni, il futuro è già presente.

Tra qualche giorno Anissey Life presenterà per la Primavera-Estate 2012, in uno stand che riprodurrà il "casone" di Caorle (l'atelier in cui Massimo Vello si ritira per dar sfogo alla sua creatività), una collezione dai tessuti freschi e leggeri: jersey, lavorazioni a maglia, cotone accoppiati. Darà pure il via libera ai contrasti di stile, sempre rigorosamente seguendo il genio estetico del suo ideatore, che ha abbinato tagli vivi a bottoni in corozo tinto stone, stampe nuove a bottoni in pelle invecchiata, lavorazioni a maglia ai classici alamari.

Anche i colori rappresenteranno delle novità: menta, turchese e toni naturali sostituiranno le tonalità cromatiche presentate negli anni passati, per far posto a degli outfit più frizzanti, più smart, più espressivi.

Ma soprattutto saremo curiosi di scoprire la vera novità che Anissey Life presenterà nel corso di questa ottantesima edizione di Pitti Uomo, la nuova linea A.L.L., una linea di 'non' giacche da uomo e da donna, ultraleggere, impalpabili, morbide, ben lontane dall'eleganza formale e inamidata, ancorché elaborata meticolosamente nei contenuti stilistici e lavorata saggiamente per dare

**Sfoglia Les Cahiers****Segnala Les Cahiers****LES CAHIERS** FASHION MARKETING**Sondaggi****Preferisci leggere Les Cahiers...** Su carta Online**Newsletter**

Registrati per ricevere puntualmente il nostro PDF multimediale, la nostra newsletter e tutte le nostre novità!

 Do il consenso**Follow us!**

massimo comfort a chi la indossa.

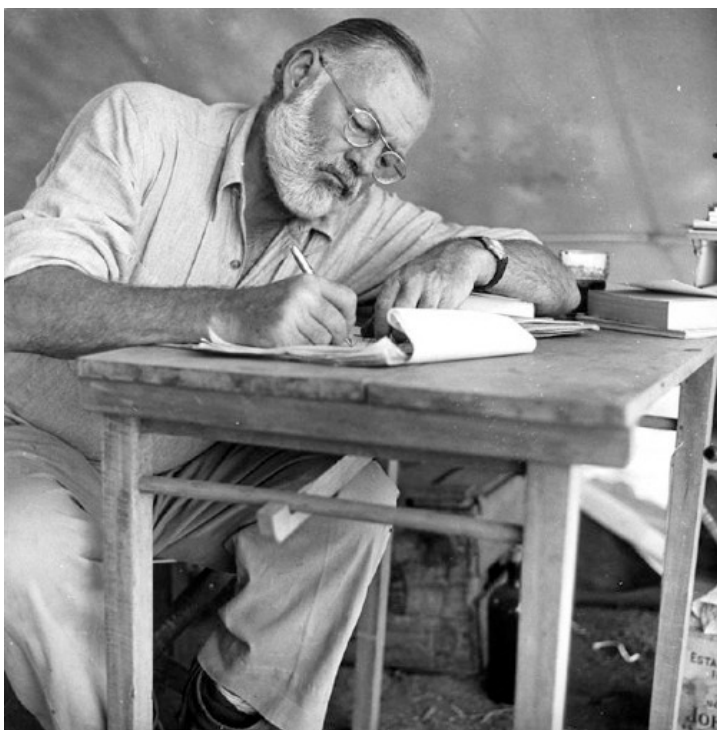
In particolare saranno presentati tre modelli:

- 1) la giacca smacchinata, lavorata a rovescio e tinta in capo nelle cromie avio, avorio, sabbia, corallo, turchese, e nei melange di grigi e menta;
- 2) la giacca con lavorazione a punto riso e tinta -nei toni biscotto, grigio, indaco e tortora- a spruzzo, per evitare il colore pieno e dare un sapore vintage;
- 3) la giacca con trama grigia a righe larghe, dai colori vivaci e successivamente smorzati grazie a trattamenti con enzimi: avio, avorio, sabbia, corallo, turchese e menta.

La giacca di Anissej Life costituisce il capo perfetto per chi è esigente nello stile e attento ai dettagli e al contempo ha necessità di un look pratico e funzionale per ogni occasione. Tutta la produzione si distingue per l'esclusività e la qualità dei materiali impiegati e per le lavorazioni artigianali.

### **Anissej Life, la giacca come riparo dell'anima**

Molti tratti avvicinano lo scrittore americano Ernest Hemingway a Massimo Vello, l'anima creativa alla base di Anissej Life.



La laguna veneta, luogo in cui Hemingway soggiornò per diversi periodi e in cui scrisse il romanzo *Di là dal fiume e tra gli alberi*, è lo stesso posto in cui Vello si ritira per disegnare le sue collezioni, nella palafitta di sua proprietà a Caorle.

Lo stile letterario di Hemingway, caratterizzato dall'essenzialità e dall'asciuttezza del linguaggio, e dominato dall'understatement, è lo stesso codice stilistico interpretato da Massimo Vello, che per Anissej Life disegna, ancora rigorosamente a matita, le sue giacche pratiche ed estremamente versatili, che nessuna concessione fanno alla falsa idea che eleganza sia sinonimo di scomodità.

E la stessa è anche la filosofia di vita: l'amore incondizionato per l'avventura e per la natura, la passione autentica per i paesaggi incontaminati, l'ebbrezza per i profumi inebrianti, per le melodie, per i sapori inconfondibili della terra.



Massimo Vello al lavoro nel casone di Caorle

La cifra stilistica di Vello, infatti, risiede tutta nel contenuto emotivo della sua produzione, nell'alone di suggestioni che le sue giacche riescono ad evocare.

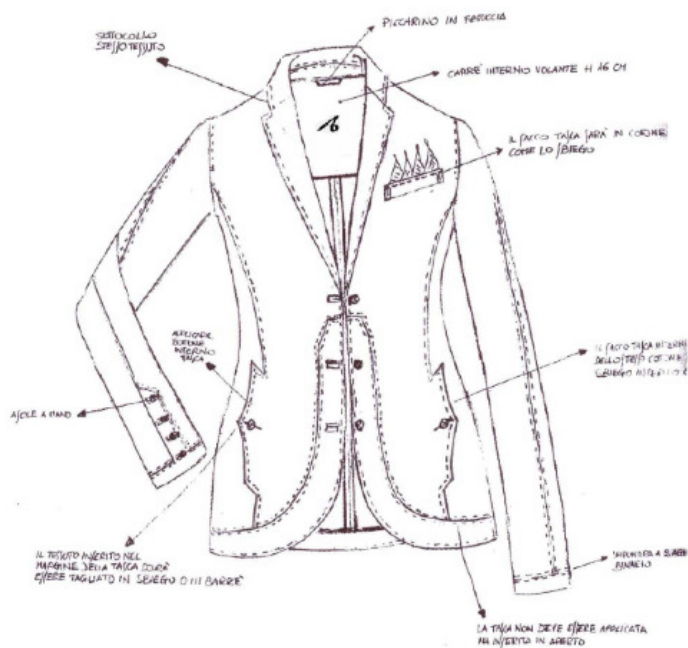
Il suo stilema connotativo è più importante di quello semplicemente denotativo, che pure è di grandissima qualità ed esclusività.

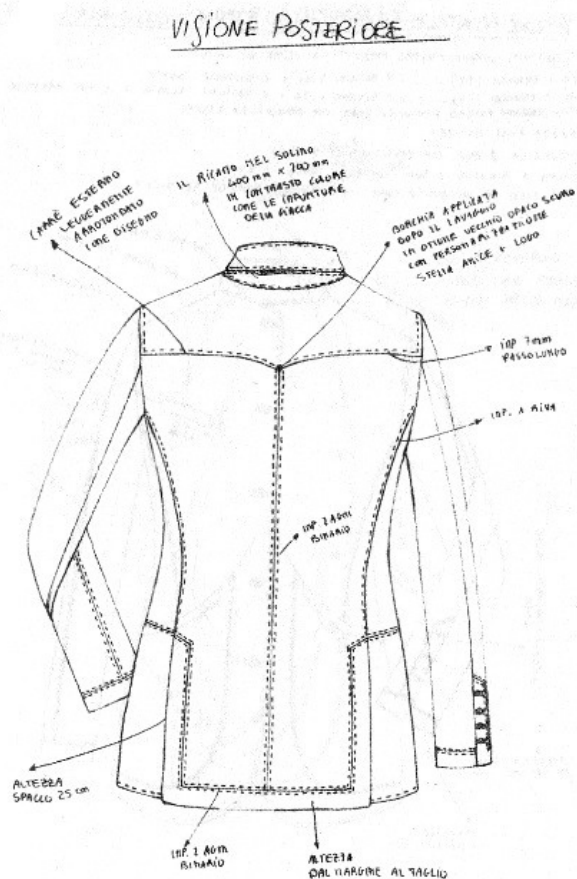
Una giacca Anissej Life, infatti, non è solo una giacca, ma un universo di emozioni e di rimandi alle esperienze che abbiamo vissuto.

Il capo, tassativamente dal taglio sartoriale, è realizzato con materiali pregiati in sintonia con la natura. I bottoni sono in legno d'ulivo dipinti personalmente dallo stilista uno ad uno ad acquarello, o in tagua, la palma dai cui semi si ricava il cosiddetto avorio vegetale, considerato una risorsa sostenibile, perchè non si esaurisce nonostante il continuo utilizzo, caratteristica fondamentale per evitare la distruzione della foresta ecuadoreña.

### VISIONE FRONTALE REVERSI APERTO

- 3) - TIRARE LE AFOLE FATE A MANO E CON TESSUTO IN COTONE O LANA IN CONTRASTO COLORE (SONO 16)
- LE AFOLE NEI REVERSI E NEL COLLO (ALTIPO) 170 MM X 50 MM
  - LE AFOLE DEL REVERSI E DELLE TASCHE DAVANTI 250 MM X 50 MM





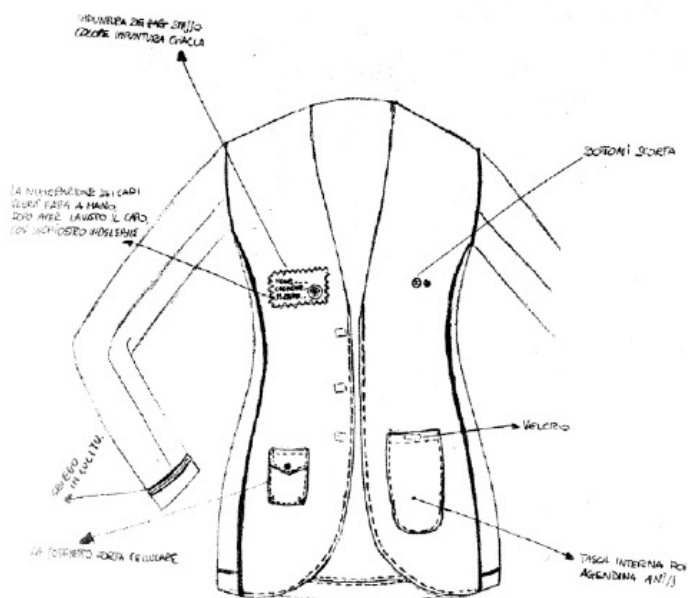
Dettagli: 92 Tagli per il modello storico. Bottoni in legno d'ulivo dipinti ad acquerello o in corozo tinto stone. Lunetta sottocollo in alcantara. 4 tipi di tasche: a toppa, con le pattine, verticale, arrotondata. 2 spacchi sul retro della giacca. Maniche: 2 bottoni chiusi e 2 aperti per contraddistinguere la sartorialità della giacca. Toppe a scelta. Rivetto centro schiena. Interno: bretelle porta giacca, tasca porta giornale, tasca porta sigaro, taschino porta cellulare, etichetta personalizzabile.

L'attenzione all'ambiente è altissima.

I trattamenti sono naturali e le fibre sono nobili: cachemire, seta, cotone e bambù.

L'anice, che profuma ogni capospalla, inebria le narici; i tessuti regalano carezze; il mare della laguna emerge in tutta la sua icasticità. Per questo diciamo che i capi di Anissej Life risvegliano l'olfatto, il tatto, la vista e il gusto, i 4 sensi sollecitati durante l'estasi dell'ammirazione di un capolavoro. Sia che le utilizziamo per scaldarci, sia che le indossiamo per completare un look, le giacche di Anissej Life proteggono e mettono a riparo la nostra anima.

Pensiamo ora alla vestibilità: i capi sono estremamente comodi, perché pensati per l'uomo e la donna moderni, perennemente in viaggio: le bretelle poste all'interno permettono di portare in spalla la giacca, quando non la si indossa, senza necessariamente essere costretti a tenerla in mano o ficcarla in una borsa; le multitasche interne sono un eccellente salva spazio: c'è la tasca per il giornale, il taschino per il taccuino; ripiegando la giacca su se stessa, e abbottonandola opportunamente, si trasforma in un comodo zainetto. Insomma, un pezzo indispensabile per chi è sempre in movimento e non può certo rinunciare ad essere curato nell'aspetto.

VISIONE ROVESCIATA FRONTALE

Il mondo di Anissej Life è un mondo fatto di dettagli, di semplicità e di valori che sembrano essere andati persi nella frenesia di oggi.

Ad un giornalista del Times nel 1954 Hemingway disse: "Lo stile non è un concetto vano. È semplicemente il modo di fare ciò che deve essere fatto. Che poi il modo giusto, a cosa compiuta, risulti anche bello, è un fatto accidentale". Nel parallelo con Hemingway, possiamo dire che anche a Massimo Vello è riuscito di coniugare il "fare bene le cose" al farle anche belle.

### La storia

Anissej Life, nome di fantasia, nasce nel giugno del 2007 dalla partnership tra una mente fortemente creativa, Massimo Vello, e un'anima più strategico-organizzativa, l'imprenditore veneto Alessandro Bertacco.

Vello ha una brillante carriera ventennale alle spalle. Comincia, giovanissimo, come visual merchandiser dei migliori store italiani, per i quali cura complessivamente l'immagine coordinata del punto vendita. La sua naturale curiosità lo porta presto ad esplorare territori nuovi nel settore della moda. Forte del bagaglio di esperienze maturate all'interno delle boutique più prestigiose del Bel Paese, mette rapidamente il suo talento al servizio delle case di moda, dapprima come agente e successivamente come responsabile stile e prodotto di brand italiani molto noti nell'ambiente.

La continua crescita personale, prima che professionale, è il tratto distintivo della sua personalità, caratteristica che lo porta a fondare, nel 1997, l'etichetta "Massimo Vello" e a muovere i primi passi come stilista, agente e promotore della sua linea.

Col passare degli anni, e dopo l'incontro con Bertacco, decide di capitalizzare queste esperienze e di dedicarsi a tempo pieno all'attività più squisitamente creativa di designer.

Il suo esordio in questo campo è sancito dalla creazione dell'universo Anissej Life.

L'affermazione arriva con la partecipazione al Pitti nel giugno del 2007.

Il successo è sancito dalla collocazione, quest'anno, da parte del Pitti, all'interno del Padiglione Centrale del Pitti Uomo, area viva dei marchi più noti nello scenario internazionale.

Oggi, il brand viene distribuito in 350 selezionati multibrand di fascia alta in Italia, e all'estero nel mercato austriaco, tedesco, giapponese e americano. A partire dalla stagione in corso, comincia ad accostarsi al mercato francese e a quello spagnolo; mentre in corso di pianificazione è l'entrata nel mercato inglese e cinese.

Il prodotto ha avuto un forte impatto sul consumatore finale sin dalla prima stagione, grazie ad un packaging studiato e accattivante, in cui la giacca veniva (e tuttora viene) presentata munita di sacchettino contenente anice stellato (che dona al capo un profumo inconfondibile), di un taccuino in onore di Hemingway (lo scrittore che ha ispirato lo stilista) e di una brochure esplicativa delle funzionalità della giacca, come ad esempio il corretto utilizzo delle bretelle che permettono di portarla sempre con sé.

La creatività di Massimo Vello, classe 1969, non ha limiti, e questo fa sì che ad ogni stagione vengano presentati nuovi modelli, nuovi tessuti, nuovi progetti di utilizzo della giacca, sempre più estrosi (basti pensare alla giacca che si trasforma in zaino presentata per la PE 2011).

L'impegno oggi è quello di consolidarsi nei mercati già acquisiti e di rafforzare la crescita in Italia, nel rispetto della grande attenzione alla selezione del trade.

Per questo motivo, Anissej Life vuole connotarsi come un vero e proprio partner degli store in cui è presente, per crescere insieme e per lavorare in un'ottica di co-creation, secondo i dettami del marketing più moderno. Nessuno conosce il consumatore meglio del negoziante. È questi che accoglie le sue richieste e si fa interprete dei gusti e delle tendenze del mercato. D'altra parte, il negoziante è la persona che meglio può raccontare la filosofia di un brand al suo cliente, il consumatore finale. Ecco la co-creation: lavorare insieme per creare insieme ciò che è richiesto dal mercato, politica che accontenta, che soddisfa e che è nell'interesse di tutti: azienda, trade, cliente finale.

Massimo Vello, con la sua vita consapevolmente piena di realizzazione, attiva, vigorosa e voluta attraverso un'attività instancabile, fa capo alla sua personalità fermamente decisa a crescere e a svelare al mondo se stessa, anche attraverso le sue giacche.

Siamo pronti a scommettere che ci riuscirà.

