

# THE PROTAGONISTS



modello Bell Bottom

## CIGALA'S I JEANS CHE AMANO LE DONNE CHE AMANO I JEANS

**Incontriamo Tarcisio Galavotti CEO e Founder CIGALA'S, imprenditore visionario, ottimista e appassionato del tessuto più camaleontico che esista: il denim.**

volta, rilanciamo, in un virtuoso sistema che la cliente finale sicuramente percepisce. Ce lo dimostrano i tantissimi likes e la crescita costante del nostro profilo Instagram. Con le clienti finali sentiamo infatti che il nostro marchio le sta raggiungendo sempre di più, conquistando visibilità e fiducia. Per loro abbiamo riorganizzato il sito, spiegato chi siamo e come lavoriamo attraverso le pagine dei femminili più quotati. Continueremo a farlo, perché crediamo molto nel valore dell'editoria italiana.

Una recentissima indagine Deloitte, condotta per conto di Mont拿破oleone District, ha confermato che, nonostante un incremento degli introiti digitali, a dominare è sempre il canale "fisico". Gli store fisici, infatti, resteranno il punto di riferimento per i fatturati della moda. I clienti di un certo ceto socio economico richiedono esperienze shopping senza attrito tra canali fisici e online, emozionanti, personalizzate. Il touch di un tessuto, provare un capo accompagnati da un consiglio competente è vissuto anche come momento per sé, al quale difficilmente si rinuncia. Lei è tra i precursori di questa filosofia, da tempi non sospetti. I fatti oggi sembrano darle ragione. C'è un legame di fiducia tra lei e i suoi rivenditori...

Sì, c'è un profondo legame. Ho sempre creduto che ognuno debba fare il proprio mestiere: noi sappiamo realizzare i jeans e i titolari delle boutique o, meglio, "le titolari", perché sono in grande maggioranza donne che per prime amano e indossano il nostro prodotto, sono bravissime a vendere proprio perché hanno la capacità di trasmettere la stessa emozione che provano, rendendo così il momento dell'acquisto irrinunciabile. Lo vediamo anche dai contenuti che producono per i loro canali social. Il nostro jeans può essere protagonista o comprimario. Ciò che convince è la capacità di abbinarlo, di creare dei look di grande appeal. Per questo ci affideremo sempre ai nostri rivenditori che oggi, solo in Italia, sono circa 300 sparsi in tutto il territorio nazionale.

**Cigala's e il denim. Come è nata la scelta di specializzarsi in collezioni donna il cui protagonista è questo straordinario tessuto?**

Nascere a Urbani significa crescere a 'pane e jeans'. Mia madre era un'operaia del jeans. C'era persino un prete-produttore: un vero e proprio pioniere che introdusse la manifattura dei jeans come attività per le donne del luogo. Quindi diciamo che, nonostante i miei studi da geometra e da tecnico informatico, che per l'epoca era avanguardia pura, anch'io alla fine mi sono ritrovato, con piacere, ad occuparmi di jeans.

**Se dovesse scegliere, tra tutti, un modello iconico Cigala's che rappresenti la vostra filosofia, quale sarebbe? E, quale modello di jeans della vostra collezione A/I '22-'23 non dovrebbe mai mancare nella valigia di una donna?**

Il modello iconico, evergreen, un capo per tutte le occasioni che non dovrebbe mai mancare nella valigia di una donna, è per me il Bell Bottom: rappresenta un po' l'anima rivoluzionaria del jeans, dagli anni '60 in poi. Proposto nella nostra prima collezione, è sempre stato presente di stagione in stagione senza mai annoiare. Anche in questa stagione A/I 22-23 è tra i protagonisti.

**Che cos'è per lei la bellezza, e dove si trova?**

La bellezza si trova nell'amore, nella passione per le cose che si fanno per sé e per gli altri.

