

Bric's, collezione ispirata a Warhol Novità per celebrare i settant'anni

Olgiate Comasco

Firmato un accordo
con la Fondazione

Roberto Briccola:

«Nuova energia al prodotto»

In occasione del settantesimo anniversario, Bric's ha deciso di festeggiare questo importante traguardo con una serie di pezzi iconici, destinati a diventare un simbolo per il mondo della moda.

L'azienda di Olgiate Comasco ha infatti firmato con la Fondazione Andy Warhol di New York un accordo di collaborazione pluriennale per la produzione di una collezione limited edition di valigeria e borse in abbinamento con i capolavori universali del grande artista, collezione che sarà disponibile per la FW 22/23 nei Bric's Store e in selezionati punti vendita.

Con questa iniziativa, la società comasca inaugura una nuova visione nel rapporto tra l'arte e l'accessorio di design. La scelta di Warhol si fonda sui valori creativi e umani che collegano la vita di Mario Briccola, fondatore dell'azienda comasca e quella del più importante rappresentante della Pop art americana.

«Felici e onorati»

«Siamo felici e onorati di questa partnership con la fondazione Warhol - afferma **Roberto Briccola**, presidente del gruppo - Oggi come ieri, l'insegnamento di nostro padre è vivo nell'innovazione che guida il nostro lavoro. Da sempre crediamo nella forza universale dell'arte internazionale come messaggio positivo in un mondo che si evolve in modo rapidissimo. I piccoli o grandi spostamenti sono esperienze che sempre più si colorano di valenze culturali e le opere di Andy Warhol danno nuova energia al nostro prodotto che diventa così compagno di viag-

gio, inteso non solo come impulso di evasione, ma soprattutto come desiderio di empatia, di confronto e di dialogo con l'altro».

L'idea quindi di "viaggio come arte" esprime il valore scelto da Bric's e dalla Andy Warhol Foundation come espressione del nuovo desiderio del pubblico nel tempo delle relazioni ritrovate, trasformandosi in una limited edition capace di amplificare le emozioni legate a qualsiasi spostamento, sia esso fisico che emotivo.

«I proventi delle vendite contribuiranno generosamente alla dotazione della Fondazione che distribuisce sovvenzioni a sostegno delle arti visive», fa sapere Michael Dayton Hermann, direttore licensing, marketing e vendite della Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc. La nuova linea esclusiva va ad arricchire la vasta offerta dell'azienda presentata con riscontri positivi alle ultime fiere di settore.

«Voglia di andare avanti»

«Siamo reduci dalla fiera IIm di Offenbach e da Linea Pelle e Mipel a Milano - fa sapere Briccola - Nonostante le turbolenze geo-politiche sono rimasto positivamente sorpreso dalla voglia di tutti quanti di voler riallacciare relazioni e andare avanti. Ha pesato l'assenza di asiatici, americani e russi, ma ci sono stati contatti che aprono nuovi orizzonti. Inoltre, la presenza fisica a questi eventi consente un monitoraggio in tempo reale dei veloci cambiamenti in atto».

«Abbiamo verificato - conclude - che la domanda si sta spostando verso articoli di valigeria per long week-end o viaggi più brevi, bagagli morbidi e leggeri. In particolare, il cliente è molto attento al mix tra tecnologia, qualità e sostenibilità dei prodotti: è questo il futuro che ci aspetta».

Serena Brivio



Da sinistra: Attilio Briccola, Duang Pohnsayanon (editor di Harper's Bazaar Thailand) e Roberto Briccola



Superficie 23 %