



Andrea Pompilio

"MI SEMBRA DI VIVERE IN UN SOGNO"

di Caterina Zanzi

A otto anni giocava a nascondino nel negozio di famiglia, a Pesaro. Poi è partito per Milano e da lì ha girato gli uffici stile più prestigiosi del mondo. Dopo vent'anni di esperienza in azienda, si inventa un marchio, guida uno dei simboli della sartorialità italiana e macina consensi. La ricetta? Il coraggio di cambiare. La propria vita. E il guardaroba maschile.



A lato, un ritratto dello stilista. Qui sopra e nella pagina a fianco, accessori per la prossima estate firmati Andrea Pompilio.

Iniziamo dalla fine: le tue sfilate di metà gennaio hanno riscosso un grande successo...

Non potrei essere più felice di così. Spesso mi ripeto di stare vivendo un sogno. I défilé sono piaciuti sia alla stampa che ai buyer: nei giorni subito successivi sia il marchio che porta il mio nome che Canali (di cui Pompilio è direttore creativo da marzo 2013, ndr) hanno registrato vendite top: una bella soddisfazione.

Qual è il segreto per mettere tutti d'accordo?

Non ho la ricetta perfetta, questo è fuori discussione. Però altrettanto indubbio è che quello che cerco di fare con il mio marchio, oltre che per Canali, e cioè partire dalle essenze del guardaroba maschile per reinterpretarle, è apprezzato.

Ripercorriamo brevemente le tappe della tua carriera: vent'anni negli uffici stile e poi il boom. Come te lo spieghi?

L'esperienza paga, di questo sono convinto. E anche se mi fa sorridere che la mia generazione sia ancora chiamata 'emergente', questo banalmente significa che prima c'è stato un periodo da cui siamo 'emersi'. Nel mio caso, lavorare per Prada, Calvin Klein, Ysl ha fatto molto.

Quanto coraggio ci vuole per fare 'il salto' verso la libera professione?

Tanto. Ci sono voluti ambizione, supporto

da parte di chi mi stava attorno, sacrificio. Prima per decidere di fare il consulente creativo. Poi, correva il 2010, per fondare la mia griffe. Lì ho pensato di aver dato tanto a tutti: "È arrivato il momento di investire su me stesso", mi sono detto. Con i risparmi accantonati negli anni, di fatto ho rinunciato a un lavoro 'sicuro' e ho iniziato da zero: lo rifarei mille altre volte.

Qualche aiuto sarà pur servito...

Certo! La prima mano tesa l'ho avuta dal concorso 'Who is on Next?' e da Pitti: a Firenze ho sfilato per ben tre stagioni consecutive. La seconda, come dimenticarla, me l'ha tesa Giorgio Armani: sono stato il primo a sfilare nel suo Teatro, nel 2013, e quando mi hanno chiamato per propormelo ho quasi buttato giù il telefono. Pensavo fosse uno scherzo. Invece, poi, è successo davvero!

Parliamo del tuo marchio, Andrea Pompilio: che tipo di uomo propone?

L'uomo Pompilio, se così vogliamo chiamarlo, ha una personalità trasversale, sa vestire i capi classici, ma ha voglia di stravolgerli. Ed è attento alla qualità: la mia collezione viene prodotta completamente in Italia, tra la Riviera Adriatica e alcuni distretti di eccellenza, come il napoletano e le Marche per le scarpe, Cesenatico per la felperia, i dintorni di Milano per la pelletteria. La moda italiana ha bisogno di tornare alla qualità, ne sono convinto, e credo di esprimere questo concetto in ogni dettaglio.

Dove troviamo i tuoi capi?

La linea viene venduta in una cinquantina di multibrand sparsi per il mondo. Le maggiori soddisfazioni mi arrivano



dal mercato asiatico, specie Cina e Giappone, ma anche dall'Italia e da qualche 'bandierina' europea, su tutti Parigi e Londra. Stiamo lavorando anche agli Stati Uniti e non nascondo mi piacerebbe aprire un monomarca, in prospettiva, in qualche location internazionale: ma non voglio che la situazione mi sfugga di mano, e cerco di fare piccoli passi un po' per volta, nonostante l'entusiasmo.

In collezione troviamo anche una piccola capsule donna. Ci vuoi dire qualcosa?

Mi piacerebbe poterlo dire presto (*ride*). La donna sfiora una crescita del 50% a stagione: come potrei non pensare a espandere il business? Ma anche in questo caso, prima voglio sentirmi più tranquillo su quello che ho già, fare al meglio quello, e poi sono sicuro ci sarà il tempo anche per il womenswear.

I numeri cosa dicono?

Dicono che non ci possiamo lamentare. Cresciamo mediamente del 25-30% a stagione, un risultato ben oltre le aspettative più rosee. Gliel'ho detto che sto vivendo un sogno!



Da sinistra, un look della sfilata A/I 2015-16 di Andrea Pompilio e un momento del défilé Canali.



Alessandro Iliprandi

ABOUT BONAUDO

Ricerca, innovazione, continuità, risorse umane e prodotti che coniughino stile e performance. Sono questi i cardini della filosofia di Bonaudo, concepita con alle spalle 90 anni di tradizione, guidata dal 1994 da Alessandro Iliprandi. Specializzata nella produzione dei grandi classici della tradizione conciaria italiana destinati ai marchi del lusso e dello sportswear, l'azienda da sempre investe fortemente nel made in Italy e nella creatività, alla ricerca costante del bello. E proprio al fine di perseguire la propria mission aziendale, la realtà con sedi produttive nelle provincie di Milano, Verona e Firenze da due anni ha instaurato un fruttuoso dialogo con le arti, perché è dalla ricerca del bello che nasce il nuovo.

Bonaudo collabora con Pambianco Magazine per dare risalto alla nuova generazione di fashion designers.

www.bonaudo.com