

Sergio Tacchini affida il kidswear a Marbel



Di [Laura Galbiati](#)

14 Gennaio 2019

Nuova licenza per Sergio Tacchini, questa volta per la linea di abbigliamento bimbi. Dopo aver siglato lo scorso novembre con il gruppo vicentino UBC-United Brands Company S.p.A. un contratto pluriennale per la produzione e la distribuzione nell'area DACH (Germania, Austria e Svizzera) delle collezioni adulto, lo storico marchio di abbigliamento sportivo affida a partire dall'AI 19-20 alla pugliese Marbel la linea 0-14 anni.



Sergio Tacchini affida il kidswear a Marbel

Nel 2017, il brand aveva già fatto un'incursione nel mondo del kidswear con Sun City, per una sola stagione. La licenza con Marbel, invece, ha una durata di tre anni.

La collezione riprende i mood delle proposte uomo e donna, con temi quali il mix and match di tessuti, stili e grafiche, il dettaglio dei loghi e quello dei tape, declinandosi in differenti linee. La Linea Sportswear presenta capi per il tempo libero ispirati allo sport: polo in piquet, t-shirt con grafiche, felpe e tute sia nei colori istituzionali del brand (rosso, blu e bianco), sia nei colori stagionali.

La linea Archivio, che rappresenta la storia e l'eleganza del marchio, propone per il bimbo la versione mini di alcuni capi iconici come la Super Mac polo e t-shirt, modelli originali dei primi decenni di attività del brand, indossati dai grandi tennisti dell'epoca, rivisitati in chiave moderna.

La linea Monte-Carlo, infine, presenta una serie di capi con grafiche di ispirazione tennis e logo ufficiale del torneo Rolex Monte-Carlo Masters, disegnati per il merchandising esclusivo del torneo di tennis del Principato di Monaco di cui il brand è sponsor.

Fondato nel 1966 dall'omonimo ex tennista italiano, Sergio Tacchini ha chiuso il 2017 con un fatturato di 50 milioni di euro, in crescita del 15% sul 2016, realizzato per il 25% in Italia e per il 75% all'estero (di cui il 60% in Europa e il 40% nel resto del mondo). I primi tre Paesi esteri nel giro d'affari del brand sono Francia, Giappone e Argentina.

Marbel, che vanta 30 anni di esperienza nella moda bimbi, ha registrato nel 2018 un aumento di fatturato del 30%.

Di [Laura Galbiati](#)