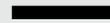


LETASCA



**PRESS RELEASE**

---

FEATURED ON /

THE  
NEW YORKER

GQ

H U B  
S T Y L E

I C O N

i-D

M F  
f a s h i o n

la Repubblica

L'OFFICIEL

A V A N T  
G A R D E

CORRIERE  
DELLA SERA

nss  
MAGAZINE

SPORTSWEAR  
INTERNATIONAL

Letasca has been featured in renowned e-magazines and Italian dailies, in names like i-D Magazine, NSS, The NewYorker, L'Officiel, Vogue and GQ. The spots and news pieces focus on brand identity, a functional approach to design, launches of new collection and interviews of Letasca's founder, Edoardo Giaroli.

---

## PRESS RELEASE /

6 Marzo 2019

## The NewYorker

<https://www.newyorker.com/culture/on-and-off-the-avenue/from-grunt-style-to-warcore-civilians-are-embracing-military-fashion>

THE  
NEW YORKER

ON AND OFF THE AVENUE

## FROM GRUNT STYLE TO “WARCORE,” CIVILIANS ARE EMBRACING MILITARY FASHION

By Troy Patterson  
March 6, 2019



*Once, fashion only osmosed military looks after they had outlived their functionality. Now, in a time of endless war, heedless consumption, and great social stratification, all bets are off.* Photograph by Nataliya Petrova / NurPhoto / Getty

Menswear has been trending this way for a while; I distinctly recall browsing Saks Fifth Avenue two years ago and checking the tag on a [reversible Letasca vest](#) to see if it was, as its cut and details insinuated, made of Kevlar. The sales associate called it “sick, sick, *siiiiick*.” She happened to be diagnosing the new culture of dressing to suppress the enemy and to withstand cataclysm—a sartorial expression of epidemic P.T.S.D. Now the streetwear scene is a hot zone. [According to the Times](#), Lyst, a fashion-search platform, reports a thirty-eight-per-cent rise in searches for camouflage, a category including a pair of [Off-White cargo pants](#), designed by Virgil Abloh, the hot designer of the moment, who recently outfitted Bella Hadid in a deluxe [gilet jaune](#) of a [fluorescent-yellow Louis Vuitton vest](#).

## PRESS RELEASE /

13 Aprile 2019

## XOXO Magazine

<https://www.xoxodigital.com/post/15855/pirelli-x-letasca>



## PIRELLI X LETASCA

Yağmur çamur dinlemeyen bir koleksiyon.

Fonksiyonel, şık ve bir o kadar su geçirmez. Pirelli'nin yeni Letasca iş birliğini bu şekilde tanımlıyor, koleksiyonu tek tek incelediğinizde bize katılacağınızı biliyoruz.

2015 yılında Milano'da kurulan Letasca, ilk olarak tek bir ürüne odaklandı ve söz konusu yelek tasarımı, erkeklere gün içinde sık sık ihtiyaç duydukları kişisel objeleri için fonksiyonel cepler sundu. Pirelli iş birliğindeyse, bu fonksiyonelliği bisikletliler için hava koşulları üzerinden, herhangi bir cinsiyete yüklemekten yapıyor.

Form - fonksiyon ekseninde tasarlanan koleksiyon, su geçirmez özelliğe sahip üniseks yelek ve pelerinden oluşuyor. Üstelik yanımızdan ayırmak istemeyeceğimiz küçük günlük objelerimiz için sunduğu bol cep opsiyonu da cabası. Tasarımların farklı kısımlarında öne çıkan şeffaf parçalarsa, zorlu hava koşullarında değerini anlayabileceğimiz fonksiyonelliğin farikası.

KATEGORİ  
MODA

TARİH  
13 KASIM 2019

## PRESS RELEASE /

29 Ottobre 2019

MENU

VBENZERI

ANA SAYFA > TASARIM > PIRELLI X LETASCA



### PIRELLI x LETASCA

Fonksiyonel, şık ve bir o kadar su geçirmez. Pirelli'nin yeni **Letasca** iş birliğini bu şekilde tanımlamak istiyor, koleksiyonu incelediğinizde bize hak vereceğinizi biliyoruz.

2015 yılında Milano'da kurulan marka, ilk olarak tek bir ürüne, çok cepli yeleğe odaklanarak erkekleri gün içinde sık sık ihtiyaç duydukları objeleri taşıma külfetinden kurtardı. Pirelli iş birliğindeyse bu fonksiyonelliği bisikletliler için hava koşulları üzerinden, herhangi bir cinsiyete yüklemekten yapıyor. Form - fonksiyon ekseninde tasarlanan koleksiyon, su geçirmez özelliğe sahip üniseks parçalardan oluşuyor; yelek ve pelerin. Üstelik yanımızdan ayırmak istemeyeceğimiz küçük günlük eşyalar için sunduğu bol cep opsiyonu da cabası. Tasarımların farklı kısımlarında öne çıkan şeffaf parçalarsa, zorlu hava koşullarında değerini

## PRESS RELEASE /

19 Dicembre 2019

POLKADOT  
MODERN LIFESTYLE & DESIGN

FASHION

## LETASCA

LETASCA è il brand di design funzionale, sviluppato attorno ad un monoprodotto: un gilet multitasche per la vita di tutti i giorni. Oggi il brand incarna la stessa filosofia delle origini, con una gamma di prodotti più ampia.

19 DIC DI GIANVITO FANELLI

Fondato nel 2015 a Milano, **LETASCA** è un brand che non è passato inosservato ai seguaci dello streetwear sempre alla ricerca di stile e praticità. Nato attorno ad un prodotto - il gilet multitasche - oggi è un brand che declina gli stessi concetti anche su giacche, pantaloni e accessori.

**10 tasche per contenere tutti gli oggetti quotidiani**, il LETASCA VEST è il gilet che ha reso il brand iconico e l'ha fatto vestire a celebrità in giro per il mondo.

Con la collezione SS20, LETASCA s'ispira a quattro codici di stile: icone, army-tech, caccia e "neo-formal" - sempre con un approccio totalmente contemporaneo e dedicato agli esploratori urbani. Come i pendolari che usano la bici per spostarsi in città, ai quali è dedicata la collaborazione con Pirelli Cycle-E, realizzata con materiali impermeabili e riflettenti.



\_ VBenzeri

<https://www.vbenzeri.com/tasarim/pirelli-x-letasca>

\_ Polkadot

<https://www.polkadot.it/2019/12/19/letasca>

## PRESS RELEASE /

10 Gennaio 2020

# GRAZIA

## Piumini e giacche tecniche

Sostenibilità e funzionalità le parole d'ordine per l'*outerwear* che si compone di una ricca proposta di **piumini e giacche** dal design essenziale e dai tessuti altamente performanti ma al contempo amici dell'ambiente. Si va dai parka in poliestere ricavato da bottiglie di plastica, ai bomber realizzati con filati biodegradabili, fino ai giubbotti con imbottiture in piume riciclate o a base di isolanti artificiali di nuova generazione antipioggia e antivento.

Tendenze Pitti 97: Piumini e giacche tecniche



## Grazia

<https://www.grazia.it/moda/tendenze-moda/abbigliamento-moda-uomo-tendenze-autunno-inverno-2021-pitti-97>

## PRESS RELEASE /

12 Gennaio 2020

## Icon Magazine

# ICON

UOMINI

## Milano Moda Uomo, le tendenze fuori dalle passerelle

di Federica Arcadio - 12 Gennaio 2020



6 MONCLER 1017 ALYX

Giacche delle diverse lunghezze, dalla vita fino al ginocchio, gilet da diversi design, felpe dal **fit over**, tutti capi caratterizzati da dettagli unici e funzionali al tempo stesso. **Letasca** propone per la collezione **FW20-21** un total look che prende il posto dell'accessorio con tasche portaoggetti di diverse dimensioni. Grande utilizzo di **materiali tecnici**, declinati nei colori del brand quali il nero, il verde militare, blu scuro e color grigio ghiaccio, accostati a sfumature di rame, cammello e blu petrolio.



15 Febbraio 2020

# Speciale **GazzaLook** Sfide estreme

**L'**uomo che sussurra al deserto è sopravvissuto - «Il più grande che forni» era stata l'esortazione della moglie Valentina. Missione: completa, promessa mantenuta, dopo aver realizzato l'impresa più grande. A Calderan non sono mai piaciute le cose semplici, ma questa volta l'immaginazione: attraversare da solo a piedi il Bah al-Khali. Il "quarto vuoto" inteso come quarta parte dopo cielo, terra e mare. «Avevo sette anni, mia madre era al telefono, io vidi quella foto nell'enciclopedia e glielo mostrai. "Lo conquisterò, voglio fare l'Esploratore". Il sogno di una vita è diventato realtà». Diciotto giorni per percorrere in Arabia Saudita 1100 chilometri da ovest a est, la dove nessuno a piedi aveva mai osato. Uno straordinario viaggio nell'ignoto, con un messaggio alto: «Dobbiamo amare il nostro pianeta, rispettare la natura e l'ambiente. Tornare alle origini. Mi interrogo quando entro in un supermercato e leggo "reperto cibi biologici". Ma ci rendiamo conto? Si è rovesciato il mondo dovrebbe esserci sempre un reparto "cibi contaminati"...».

**Mai arrabbiarsi**  
Questo Max, fuono che si dice venturo normale l'Esploratore, l'accontentarsi di un staff di cinque uomini su quattro auto, attrezzato verso Gps, e da una troupe stantissima per girare un documentario, «il momento più bello è stato durante una tempesta di sabbia. In quel momento ho parlato al deserto. Il viaggio si è concluso alla compagnia petrolifera Saudi Aramco, gli operai non credevano ai loro occhi». Conoscente spesso i mentali coach e preparatore atletico, corre in autoflessibilità alimentare, senza assistenza medica, concedendosi microscopici di sonno.

**«Tabelle di allenamento»** La privazione è la vera regola con cui creano prove di cibo, di acqua, e non arrabbiarsi mai. Nemmeno quando perdi il treno per un minuto.



## Il magico mondo di Calderan L'esploratore dei limiti umani

Max e l'impresa nel deserto  
«Le privazioni ci fanno migliori»  
di Franco Carrella

**Niente paura**  
Ha scritto, tra gli altri libri, La perfezione esiste - «Un manuale in cui ci si mette a nudo, nel vero senso della parola. Ciascuno può essere perfetto a suo modo. Bisogna rinunciare all'idea di appartenere a una media statistica e compiere percorsi personalizzati. Senza curarsi dei commenti altrui». Ha detto che «la paura non esiste». «Per essere precisi, sostituisco il concetto di paura con quello di non-compatibilità. Faccio un esempio brutale: a chi non impressiona guardare un cadavere? Eppure, combattendo in guerra e guardando più di uno, il confine della paura sarà valicato. Il consiglio: tirare fuori tutta la nostra forza interiore». Per Giorgio Moretti racconta le sue esperienze uniche a conferenze in aziende private e governative (Luca: moron@liscema.com). Un pool di speaker lo sostiene costantemente, come Natigen, Tag Heuer e, per l'abbigliamento tecnico, Montura. «Per proteggere i cavalli e polpacchi da punture e morsi di animali hanno prodotto un doppio strato speciale di kevlar». Serpenti, ragni e scorpioni, anche nell'era pre-avanzata, non sono mancati. Ma in fondo la paura non esiste.

**IDENTIKIT**  
Fotogramma Max Calderan è nato a Portogallo il primo luglio 1967. Ex manager farmaceutico, è dottore in Scienze motorie con 10 e lode.

**Altri record**  
Tra tante avventure, ha percorso 427 km in 90 ore senza sosta in Oman seguendo la linea ideale del Triangolo del Canale e ha corso 100 km in 24 ore senza sosta a bare e mangiare nel deserto di Liwa (Emirati Arabi) a +55° C.

<b>TECNICO</b>	<b>ELEGANTE</b>
1 3 5 4 6 2	5 3 5 4 6 2

1 **EPREA**: funzionale e traspirante con inserti sulle spalle per trasportare lo zaino. 20 € 2 **LOTTE**: shorts con manico. 30 € 3 **GARIBOLDI**: orologio smartwatch con funzioni dedicate alla corsa. 350 € 4 **LETASCA**: gilet multitasca in cotone e tasche in nylon. 205 € 5 **BIKEMBERS**: tank Olympus in poliestere. 85 € 6 **MONTURA**: per trarre e chiudere a strappo. 205 €

1 **CANADA DOOSE**: maglia in lana merino. 470 € 2 **TIMBERLAND**: in tinta unita. 105 € 3 **YOGI**: giacca a vento. 100 € 4 **ANTONY MORATO**: T-shirt in cotone a righe con taschino laterale. 45 € 5 **MAPAPURO**: anorak con cappuccio per tutte le temperature. 245 € 6 **LEI**: CAMPO **ARMANDO**: con tranne e chiusura a strappo. 205 €

**LA CAMPAGNA**  
Il ciclo di Napoli è il nuovo set di C.P. Company  
«Continua il connubio tradizione-innovazione nell'immaginario di C.P. Company, che lancia una nuova campagna. Le due anime convivono nella collezione 2020 in cui la funzionalità dello sportswear abbraccia la ricerca di risultati e soluzioni tecnologiche. Le foto sono scattate a Napoli da Ines Cortes».

**IL TESTIMONIAL**  
C'è Pellegrino nella grande famiglia Seiko  
«Federico Pellegrino, stella dello sci di fondo, si unisce alla nutrita famiglia del fan Seiko, indossando l'orologio Astron di ultima generazione. Il modello che monta il calibro SX55. Uno straordinario mix di materiali, «il mio mondo, del resto, è fatto di resistenza, gestione dei tempi e del ritmo», dice Chico. Quando il tempo è un alleato».

**PREDATOR 20 MUTATOR**  
La tecnologia Demonskin per Adidas  
«E già ai piedi di Pogba, Pianic, Kessi e Demougeant. È la nuova Adidas Predator 20 Mutator: una scarpa senza lacci, la prima che integra Demonskin, uno strato innovativo progettato per migliorare il grip e la rotazione del piede. Questa versione verrà presto attuata da Adidas anche sui guanti da portiere».

16 Gennaio 2020



## Letasca, al via le trattative con l'Asia

di Flavio Marcelli

Home / MF Online / Letasca, al via le trattative con l'Asia



Una foto di Letasca a-i 2020/21

**Letasca** è un marchio milanese fondato nel 2015 da **Edoardo Giaroli**, architetto e designer. Nato con il lancio di un monoprodotto, il gilet, sempre presente nelle collezioni. Ideato con l'idea di mischiare un capo d'abbigliamento con un accessorio, si propone come alternativa ad uno zaino. Il loro tratto distintivo sono le 10 tasche per portare gli accessori

del quotidiano, come pc, magazine o smartphone. Hanno declinato questo concetto prima sul capospalla poi sul total look costruito sul concetto di fondere funzionalità ed estetica in un capo d'abbigliamento dalla forte identità. Un total look che prende il posto dell'accessorio: le tasche piccole, grandi o grandissime possono contenere i nostri oggetti e Letasca diventa divisa del vestire contemporaneo. Fusione, contaminazione, architettura, viaggio, rigore degli equilibri geometrici e creatività danno vita a giacche, gilet, falce e pantaloni dalle precise potenzialità

<https://www.milanofinanza.it/news/letasca-al-via-le-trattative-con-l-asia-202001151304362261>

# PRESS RELEASE /

16 Gennaio 2020



# MF Fashion

## || Milano Moda Uomo

segue da pag. 1

che ha festeggiato i 25 anni della Purple Label, oltre ad Alexander McQueen, con una sorprendente, raffinata interpretazione del tailoring», ha spiegato Bruce Paik. Conceda su una fashion week più sostanziosa Federica Montelli, head of fashion di Rinascite in Italia: «Sono nel complesso soddisfatta di Milano e delle varie declinazioni del comfort tailoring: splendide Fendi, Prada e Dolce&Gabbana, così come ho apprezzato Marni, Etro, N.21, MSGM e la co-ed di Sunnei, con un bel womenswear». Beppe

Angiolini di Sugar ad Arezzo ha sottolineato l'immagine, in questa tornata di sfilate, di un uomo più gentile e romantico: «Che non vuol dire femminile perché, come dice Mirella Prada, la gentilezza non ha genere. Un uomo libero di concepire il proprio abito. Alessandro Michele da Gucci ha appunto rievocato l'infanzia felice quando c'è tutta la libertà di pensare e creare. Fendi ha presentato una grande collezione per un moderno viaggiatore. Giorgio Armani, un anno all'eleganza, un

Soddisfatto della maggiore attenzione dedicata al menswear anche Riccardo Tortato, fashion director e commentatore di Tsm (Mercenary group) a Mosca: «Vero vincitore di questa edizione è Brunello Cucinelli, non solo uno dei best item di stagione, la giacca con sopra il bomber, è un suo most di sempre, ma il suo stile

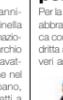
rappresenta al meglio il luxury casualwear con un tocco di tailoring che va per la maggiore. Bene anche Kiton e Brioni. Dolce&Gabbana ha interpretato questo concetto in modo più fashion con tanta maglieria e capispalla soffi. Ottimo il lavoro di Alessandro Sartori per Ermenegildo Zegna, con una silhouette moderna ma non eccessiva. Santoni è numero uno per le calzature». Federico Giglio di Giglio e Giglio.com a Palermo, ha posto l'accento su 3 show: «Splendida Fendi: innovativa, lussuosa e ricca di contenuti. Dolce&Gabbana ha giocato la carta dell'artigianalità, valorizzando in made in Italy.

Giorgio Armani ha interpretato l'eleganza in chiave moderna mantenendo fede ai propri codici». Kiyohiko Takada, fashion director di Isatan-Mitsukoshi a Tokyo, ha ricordato l'importanza di artigianalità, sostenibilità e recycling. «Come hanno fatto da un lato Dolce&Gabbana con un forte richiamo al fatto a mano e dall'altro Emporio Armani e Santoni con un focus sul recycling». Diversi i best item del prossimo inverno. «Il knitwear con texture interessanti, il cappotto doppiopetto o monogomery, il poncho, il pantalone skinny o all'opposto ampio, le stampe d'ispirazione nord americana, oltre ai riferimenti a militare e montagna. Dominano le sovraccarramate per gli stivali combat e le derby. Gli accessori sono morbidi e multi funzionali, mentre le giacche con sopra il bomber, è un spazio dai naturali autunnali al

grigio su grigio, con tocchi di giallo e viola melanzana», ha spiegato Federica Montelli. «Ci focalizziamo su capispalla over da indossare sopra i nuovi abiti sartoriali, su anfibi e scarpe ibide per il clima ormai imprevedibile, su camicie e pull smanicati sotto giacca. Oltre a qualche capo da coup de théâtre e montags. Dominano le sovraccarramate per gli stivali combat e le derby. Gli accessori sono morbidi e multi funzionali, mentre le giacche con sopra il bomber, è un spazio dai naturali autunnali al

## News

### E. Marinella spinge sui mercati esteri



Nel suo 106° anniversario, E. Marinella accelera sull'internazionalizzazione. Il marchio napoletano di cravatte coralle, oltre che nei capoluoghi campani, punti vendita diretti a Milano, Tokyo e Roma e corner shop all'interno di mall a New York, Parigi e Barcellona, tra gli altri. Ma il sogno è ritornare a Londra, come ha raccontato a MFF Maurizio Marinella: «In passato abbiamo dovuto fare un passo indietro. Per una signorile arcaica che è il marchio è iniziato da mio nonno e riportare in Inghilterra l'artigianato Made in Naples». (riproduzione riservata) **Ludovica Bergeretti**

### Chorustyle lancia una capsule green



Chorustyle lancia una capsule green. In occasione di Milano moda uomo, il marchio ha presentato una linea di capi, per lui e per lei, in eco-cashmere. «Siamo molto attenti all'ambiente», ha dichiarato a MFF Gianluigi Elisetti, ad della società cui fa capo il brand. Nei progetti futuri della label c'è la volontà di approdare in Paeschi, stando alle parole del ceo, «apprezzano la nostra qualità». Il Giappone è uno di questi. (riproduzione riservata) **Martina Ferraro**

**Martina Ferraro**

### Massimo Alba veste James Bond 007



C'è attesa per l'uscita di No time to die, ultimo film della saga di 007 con Daniel Craig. Alcuni look indossati da James Bond unico sono lo spy movie all'Italia. Sono firmati Massimo Alba e evocano alcuni must del brand, come il velluto 2000 righe. «Massimo Alba nasce come lifestyle, in futuro potremmo introdurre tutta la macrologia, dal bimbo alla casa», ha spiegato a MFF Flavio Marcelli, direttore creativo. «Ora vogliamo potenziare l'estero guardando a Londra e agli Usa». (riproduzione riservata) **Barbara Rodeschini**

**Barbara Rodeschini**

### Letasca, al via le trattative con l'Asia



Il brand, fondato nel 2015, da Edoardo Giaroli nasce con il lancio di un monoprodotto, il gilet. Letasca diventa divisa del vestire contemporaneo. Il marchio è presente con circa 50 boutique all'estero e ha investito nel nord Europa, Russia, Cina con client selezionati e adesso sta dialogando con dei distributori in Corea e in Uk. Il ceo dichiara che «il paese più pertinente in termini di fatturato è la Russia, ma in termini di vision sono la Corea e la Cina, soprattutto per l'influenza che hanno sul resto dei mercati del mondo». (riproduzione riservata) **Flavio Marcelli**

**Flavio Marcelli**

## MF fashion

giovedì 16 gennaio 2020

### L'elogio ai mestieri d'arte di Dolce&Gabbana



Il sarto, il fioraio, il cesaio e lo scultore. O, ancora, il calzolaio e il pastore. Quei mestieri d'arte che hanno fatto grande l'Italia e che oggi le giovani generazioni desiderano riscoprire. E a questo mondo da preservare come patrimonio prezioso che Domenico Dolce e Stefano Gabbana hanno dedicato la sfilata uomo di Dolce&Gabbana. Accompagnati da una colonna sonora di hit di Franco Battiato e con sullo sfondo i video girati in un borgo tra San Vito Lo Capo e Trapani, hanno sfilato ragazzi interpreti dei lavori di un tempo vestiti con maxi pellicce di lana e tu-

te di alpaca fatte a mano per moderni pastori, grembiuli di pelle da calzolaio posati su maglioni over, completi di velluto a maxi coste e accessori, come la babuice, che in qualche modo rievocano immagini di altri tempi. «Siamo alla ricerca continua dell'amore e della bellezza», hanno raccontato gli stilisti. «È un messaggio positivo per le nuove generazioni. L'Italia è stata fatta da queste persone. È giusto prendere la tradizione che fa forte il nostro paese e portarla ai giovani». Un bell'esempio di orgoglio dell'artigianalità, (riproduzione riservata) **Chiara Bottoni**

grigio su grigio, con tocchi di giallo e viola melanzana», ha spiegato Federica Montelli. «Ci focalizziamo su capispalla over da indossare sopra i nuovi abiti sartoriali, su anfibi e scarpe ibide per il clima ormai imprevedibile, su camicie e pull smanicati sotto giacca. Oltre a qualche capo da coup de théâtre e montags. Dominano le sovraccarramate per gli stivali combat e le derby. Gli accessori sono morbidi e multi funzionali, mentre le giacche con sopra il bomber, è un spazio dai naturali autunnali al

## Debusti

### Angelos Frentzos svela il nuovo progetto Re-all



Pauro di Danilo Paura ha svelato fa-2020/21 ispirata a un naufragio della mente e della memoria. Proprio come Ulisse. Nella collezione la maglieria è protagonista, sviluppata attraverso diverse tecniche, dal maglione patchwork all'iconico cardigan. «Quest'anno vogliamo puntare al mercato americano, oltre a Giappone, Cina e Corea», ha detto lo stilista. «È stiamo pianificando un pop-up in una selezione di department store. Prossimo, stiamo pensando all'opening di un monomarca». (riproduzione riservata) **Angelo Ruggeri**

### Massimo Alba veste James Bond 007



C'è attesa per l'uscita di No time to die, ultimo film della saga di 007 con Daniel Craig. Alcuni look indossati da James Bond unico sono lo spy movie all'Italia. Sono firmati Massimo Alba e evocano alcuni must del brand, come il velluto 2000 righe. «Massimo Alba nasce come lifestyle, in futuro potremmo introdurre tutta la macrologia, dal bimbo alla casa», ha spiegato a MFF Flavio Marcelli, direttore creativo. «Ora vogliamo potenziare l'estero guardando a Londra e agli Usa». (riproduzione riservata) **Barbara Rodeschini**

**Barbara Rodeschini**

### Letasca, al via le trattative con l'Asia



Il brand, fondato nel 2015, da Edoardo Giaroli nasce con il lancio di un monoprodotto, il gilet. Letasca diventa divisa del vestire contemporaneo. Il marchio è presente con circa 50 boutique all'estero e ha investito nel nord Europa, Russia, Cina con client selezionati e adesso sta dialogando con dei distributori in Corea e in Uk. Il ceo dichiara che «il paese più pertinente in termini di fatturato è la Russia, ma in termini di vision sono la Corea e la Cina, soprattutto per l'influenza che hanno sul resto dei mercati del mondo». (riproduzione riservata) **Flavio Marcelli**

**Flavio Marcelli**

# PRESS RELEASE /

31 Gennaio 2020

# HUB

S T Y L E

HOME MARKET PEOPLE EVENTI BRAND BEST OF THE DAY IL MAGAZINE

## LETASCA: TECNICISMI, DESIGN E FASHION

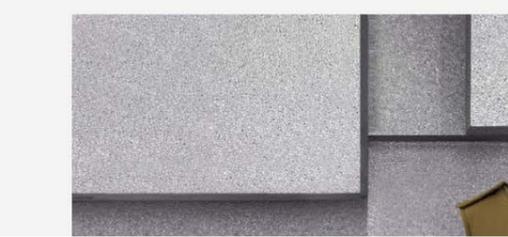
In questo articolo si parla di: LETASCA



31 gennaio 2020 - È la ricerca estetica di proporzioni e design a definire il tema dell'autunno-inverno 20/21 firmato Letasca, brand milanese nato nel 2015. Una collezione che riflette specificità tecniche, design e fashion.

Le proposte invernali si basano sul concetto di carry & wear che permette al cliente di trasportare la quotidianità degli oggetti essenziali nell'iconico gilet multitasca, lasciando così libertà di movimento.

Il brand vuole definirsi come una realtà non convenzionale capace di esprimere un look urbano e contemporaneo combinando forma e funzionalità.



# HUB Magazine

## PRESS RELEASE /

19 Febbraio 2020



## \_ Fashion Magazine



### AVRIL8790

Da un lato il know how nella gioielleria di **Francesco Menci**, dall'altro l'expertise nel knitwear di **Maria Elena Sanarelli**, nipote del fondatore di **Mely's Maglieria**: nasce da questi input, nel 2018, **Avril8790**, un marchio che prende il nome dagli anni di nascita dei due ragazzi, ambedue venuti al mondo ad Arezzo il 17 aprile. Si tratta di una linea 100% made in Italy che esce dai canoni classici della maglieria, con forme gender-fluid e fantasie psichedeliche, ispirate all'arte contemporanea. Distribuito da **Asestante Showroom** a Milano, il brand è venduto con prezzi sell in che vanno dai 160 ai 600 euro in multimarca come **Maurizio 14**, **Al Duca D'Aosta**, **Numero 30**, **Reflection** e **Ceralacca**.



### ASIANA

L'amore - e subito dopo il business - scoppia all'Università di Bologna, dove fanno il loro primo incontro: **Giovanni Guerzoni** e **Thi Tuyet Nhung Nguyen** (Rosa all'occidentale) vietnamita, hanno unito i loro destini con **Asiana**, un progetto imprenditoriale che fa dell'incontro tra Oriente ed Occidente il suo punto di forza. Si tratta di calzature made in Italy, soprattutto sneaker, realizzate con soles in gomma **Vibram**, federate internamente con pelle a conca vegetale e fantasie orienteggianti, grazie all'utilizzo di sete, broccati e cashmere. Partito con il proprio e-store, il brand sta iniziando anche un percorso nel canale fisico wholesale.



### SUNS

Nato nel 2018 da un'idea di **Lucia Blondi** (head designer) e **Paolo Muccifora** (creative director), **Suns** è un marchio di outerwear dinamico, dallo stile pulito ed ecosostenibile, prodotto e distribuito su licenza da **Zero&Company**, che firma le collezioni donna, uomo, bambino e bambina. Forte di 500 capi disegnati ogni anno, il marchio ha conquistato circa 600 clienti wholesale e si avvia a potenziare il network retail dopo l'apertura di uno spazio presso l'aeroporto Leonardo Da Vinci a Fiumicino, con future tappe a Roma, Milano, Ibiza, Barcellona e Parigi.



### LETASCA

Ridefinire il concept di uniforme urbana con capi di impronta utility, in grado di unire forma e funzione: prende il via da questa mission, nel 2015, il brand **Letasca**, partito con un monoprodotto (un gilet multitasche) e passato gradualmente a un total look. Oggi il marchio milanese, guidato da **Edoardo Giaroli**, è presente sul proprio e-store e in una quarantina di multimarca internazionali offline e online, tra cui **Harrods**, **Selfridges**, **Harvey Nichols**, **Saks Fifth Avenue**, **Tsum** e **Yoox**. Con showroom direzionale in via Montevideo, il brand è venduto con prezzi compresi fra i 130 euro per una T-shirt fino ai 600 per l'outerwear.

## PRESS RELEASE /

Febbraio 2020

## \_ Avant Garde Magazine



←  
Gilet LETASCA, Cotton Jacket GIMO'S, Denim Shirt ROY ROGER'S, Trousers PAUL & SHARK, Boots ERMENEGILDO ZEGNA.

A — G

<sup>1</sup> Issues

<sup>2</sup> About

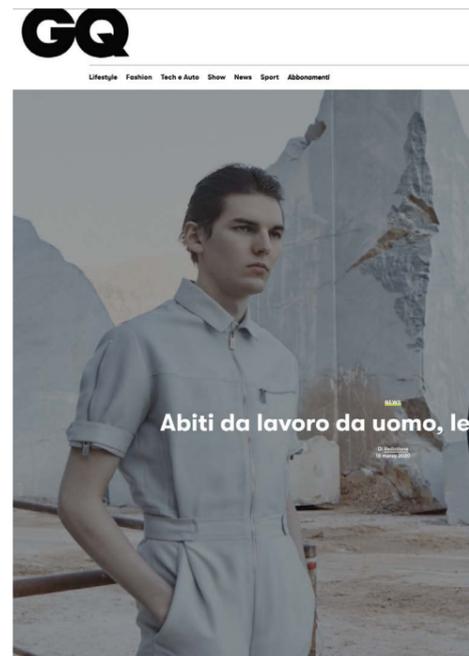
<sup>3</sup> Archive

Join Our Newsletter

Follow us:   

## PRESS RELEASE /

6 Marzo 2020



\_ GQ

<https://www.gqitalia.it/news/gallery/abiti-da-lavoro-uomo-primavera-estate-2020-foto?image=5e5696a8c30fc90008a5c4c4>



7/8

Gilet, Letasca; camicia e pantaloni, Imperial

## PRESS RELEASE /

25 Aprile 2020

\_ NSS Magazine

<https://www.nssmag.com/it/fashion/21942/letasca-quarantine-essentials-instagram>

nss  
MAGAZINE

FASHION SNEAKERS REPORTAGE STREETSTYLE CULTURE MUSIC CITIES

## Di cosa non potreste fare a meno in quarantena?

Letasca ha invitato la sua community a mostrare i propri essentials su Instagram con uno scatto creativo



**Stay creative!** È questo il mantra con cui tutti cerchiamo di affrontare queste lunghe giornate di quarantena, un suggerimento ripetuto anche dai maggior fashion brand del mondo. Da Prada a Jacquemus, si moltiplicano digital talks, challenge, podcast e ogni altra forma di intrattenimento che permetta alle Maison di restare a contatto con i propri follower, regalando loro allo stesso tempo un'attività da fare e un modo per distrarsi dalla situazione attuale. In assenza di sfilate e con i negozi chiusi, l'unico luogo capace di superare la distanza sociale imposta dal COVID-19 è Instagram.

Anche **Letasca** ha scelto IG per chiedere ai membri della propria community quali sono gli oggetti di cui non potrebbero fare a meno durante la quarantena. Per rispondere alla domanda non serviva altro che postare una foto dell'iconico gilet del marchio milanese con le tasche piene di quest'item essenziali. Il tutto accompagnato da #DQA (Daily Quarantine Adventures).

## PRESS RELEASE /

2 Maggio 2020



### HOW THE MARKET IS FACING S/S 2021 – PART 1

by Maria Cristina Pavarini and  
Juliette Tafreschi  
May 02, 2020



Edoardo Giaroli, founder, Letasca

Of a similar opinion is Edoardo Giaroli, the founder of Letasca, a newborn sportswear brand: “Full stocks are an obvious problem now, but they are part of a bigger process which has affected the industry in the last years—too much offering and too short selling time. This system was no longer sustainable; the current situation has accelerated a transition that was going to happen anyway. I think s/s ’21 is a chance to show a first output of a new method—slower and more sustainable. We, as a brand, are preparing a small offering rather than a collection, pushing on the long-lasting value of our products,” he said.

Also Nobis thinks its spring/summer collections can be easily sold as seasonless pieces. “At Nobis, we have always considered our ‘spring/summer’ collection to be a ‘transitional’ collection. Not only do our products have sophisticated seasonless styling but we are fortunate that their technical capabilities allow them to easily transition into multiple seasons,” they commented.

## — Sportswear International

<https://www.sportswear-international.com/news/stories/Business-How-the-market-is-facing-ss-2021--Part-1--15312>

## PRESS RELEASE /

12 Maggio 2020

## — Urban Magazine

<https://www.urbanmagazine.it/letasca-il-gilet-non-e-mai-stato-piu-cool/>

## URBAN

MODA MEDIA LOCALI MAGAZINE

Maggio 12, 2020

### LETASCA: IL GILET NON E' MAI STATO PIU' COOL

by Giuseppe Di Rosalia



**LETASCA è il brand di design funzionale, sviluppato attorno ad un monoprodotto: un gilet multitasche per la vita di tutti i giorni. Oggi il brand incarna la stessa filosofia delle origini, con una gamma di prodotti più ampia.**

**LETASCA è un brand fondato nel 2015 a Milano, e che non è passato inosservato ai seguaci dello streetwear sempre alla ricerca di stile e praticità.**

Nato attorno ad un prodotto - il gilet multitasche - oggi è un brand che declina gli stessi concetti anche su giacche, pantaloni e accessori.

## PRESS RELEASE /

20 Maggio 2020

### I-D Magazine

<https://i-d.vice.com/it/article/akzdgg/intervista-fondatore-brand-letasca>

## i-D

REBEL LABEL | Di Giorgia Imbrenda | 20 maggio 2020, 10:15am

### Letasca, il brand italiano di streetwear che sublima il concetto di utilitarismo

"Dal mio punto di vista, un prodotto può definirsi riuscito solo quando la forma trova il giusto rapporto con il contenuto, diventando funzionale."



*Rebel Label è la rubrica di i-D che incontra, intervista e qualche volta fotografa i brand emergenti (e non) in Italia. Oggi è il turno di Letasca, brand italiano nato nel 2015. Le parole chiave dell'intero progetto sono: funzionalità, estetica rifinita e streetwear di lusso. Il pezzo fondamentale di ogni collezione è il gilet multitasche, rielaborato in diverse varianti di fogge e tessuti.*

*Abbiamo incontrato virtualmente il fondatore e CEO Edoardo Giaroli per farci raccontare la storia di Letasca e scoprire che cosa lo rende diverso da tutti gli altri brand di streetwear in circolazione.*



## PRESS RELEASE /

4 Giugno 2020

### L'Officiel

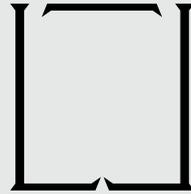
<https://www.lofficielitalia.com/moda/brand-made-in-italy-da-seguire>

## L'OFFICIEL

### LETASCA

Marchio milanese lanciato nel 2015 dall'architetto e designer Edoardo Giaroli si costruisce sul concetto di fondere funzionalità ed estetica in un capo d'abbigliamento dalla forte identità. Letasca interpreta il menswear contemporaneo con un'attitudine utilitaristica che unisce "forma e funzione". Fusione, contaminazione, architettura, viaggio, rigore degli equilibri geometrici e creatività danno vita al progetto. Il LETASCA VEST è il gilet che ha reso il brand iconico e l'ha fatto vestire a celebrità in giro per il mondo. 10 tasche per contenere tutti gli oggetti quotidiani. Con la collezione SS20, LETASCA s'ispira a quattro codici di stile: icone, army-tech, caccia e "neo-formal" - sempre con un approccio totalmente contemporaneo e dedicato agli esploratori urbani. Come i pendolari che usano la bici per spostarsi in città, ai quali è dedicata la collaborazione con Pirelli Cycle-E, realizzata con materiali impermeabili e riflettenti. Dalla passione per il viaggio nasce la collaborazione con Bartek Kolaczowski fotografo di Varsavia e Edoardo Giaroli, founder di Letasca. Una sinergia immediata che ha dato vita ad un





@letasca  
[www.letasca.com](http://www.letasca.com)