

Xacus + Albini present 200yrs

2016: 60 ANNI DI XACUS E 140 DI ALBINI
RACCONTANO INSIEME DUE SECOLI DI STILE
DA FESTEggiARE RENDENDO OMAGGIO ALLA
PASSIONE E ALLA QUALITÀ. / 2016: 60 YEARS
OF XACUS AND 140 OF ALBINI FOR A COMBINED
TWO CENTURIES OF STYLE TO BE CELEBRATED
WITH A TRIBUTE TO THEIR MUTUAL PASSION
AND QUALITY.



Territorio e Made in Italy. Sartorialità e Artigianalità. Innovazione e Servizi.

200YRS è una camicia in edizione limitata realizzata nel pregiato cotone West Indian Sea Island. Solo 1956 pezzi, come l'anno di fondazione di Xacus, ognuno dei quali numerato singolarmente: ogni esemplare è unico, confezionato con abilità, attenzione e cura per ogni dettaglio.

Con il progetto **200YRS** Xacus e Albini lanciano l'iniziativa "L'Arte di Saper Fare Parte", uno speciale laboratorio creativo di progettazione in collaborazione con l'Università IUAV di Venezia per l'anno accademico 2016/2017. Il corso sarà interamente incentrato sulla camicia: il tessuto, gli elementi strutturali che la compongono e la sua interpretazione.

Region and Made in Italy. Tailoring and Craftsmanship. Innovation and Services.

200YRS is a limited edition shirt made with the finest West Indian Sea Island Cotton. Produced only in genuine 1956 models, the year of Xacus foundation, all shirts are individually numbered: each piece is unique, sewed with expertise, care and attention to every detail.

As part of the **200YRS** project, Xacus and Albini will launch the initiative "L'Arte di Saper Fare Parte", a special creative workshop in collaboration with IUAV University in Venice for the academic year 2016/2017. The workshop will be entirely focused on the shirt: the fabric, the structural elements and its reinterpretation.



Xacus + Albini present 200yrs



L'ETICHETTA / THE LABEL

L'etichetta personalizzata di questa edizione limitata è ricamata in color oro su una base satin e contiene il numero di serie. La tiratura complessiva è di 1956 esemplari, data che rappresenta l'anno di fondazione di Xacus, con una numerazione unica per ogni capo.

The label for this limited edition shirt has been embroidered with a gold yarn on a satin base and contains the series number. The total production is made of 1956 examples, the year in which Xacus was founded. Every single shirt will have its authentic, unique number.

LA SCATOLA / THE BOX

La camicia 200yrs è presentata in una speciale scatola in edizione limitata realizzata appositamente per il progetto che diventa un contenitore di stile con la storia della camicia e delle due aziende che l'hanno realizzata.

The 200yrs shirt is delivered in a limited edition box especially made for the project. The box becomes a style container with the history of the shirt and of the two companies that have produced it.



IL CARTELLINO / THE TAG

Il cartellino realizzato per la camicia 200yrs racconta una storia, uno stile, un anniversario importante. Un piccolo pezzo di cotone è contenuto all'interno per far toccare con mano la qualità, morbidezza e setosità della fibra.

The special tag created for the 200yrs shirt encapsulates a story, a style and an important anniversary. A small piece of cotton has been inserted to let you enjoy directly the quality, softness and silky handle of the fibre.



Xacus + Albini present 200yrs

IUAV CON XACUS E ALBINI. IL LABORATORIO DEDICATO ALLA CAMICIA PER FORMARE I GIOVANI TALENTI.

Il corso di laurea in *Design della moda* dell'Università Iuav di Venezia insieme a Xacus e Albini dedica un laboratorio di progettazione al tema alla camicia: gli studenti saranno chiamati a svolgere il tema assegnato a partire dal tessuto interpretando degli elementi strutturali della camicia - capo iconico e irrinunciabile del nostro abbigliamento - come strumento privilegiato per raccontare oggi le nuove frontiere della moda genderless e utilizzandola come modulo per immaginare soluzioni vestimentarie più articolate. Gli esiti saranno presentati durante Fashion at Iuav, etichetta che racchiude gli eventi Iuav Moda a chiusura dell'anno accademico 2016/2017.



PAOLO XOCCATO

AD Xacus

"Abbiamo deciso di regalarci un prodotto unico che sapesse raccontare il DNA delle nostre aziende e che fosse trait d'union per quei valori fondamentali che ci accomunano: l'heritage raccolta da una storia familiare capace di saper tramandare un mestiere e la sua passione, una visione sempre attenta e contemporanea, incalzante nella ricerca dell'innovazione e nella qualità del prodotto".

"Our aim was to create a product that could express the DNA of our companies and transmit the values that we share: the heritage of a family able to pass down the passion for its trade and an always attentive and contemporary vision for innovation and product quality".

IUAV WITH XACUS AND ALBINI. A WORKSHOP DEDICATED TO TRAINING YOUNG TALENTS IN THE ART OF THE SHIRT.

Together with Xacus and Albini, the degree course in *Fashion Design* of Iuav University of Venice dedicates a workshop to the 'shirt' theme: the students will be called upon to engage with this theme not only by way of the fabric and interpretation of the structural elements of the shirt - an iconic and indispensable item of our wardrobe - but also by way of developing it as an as instrument to inform a new genderless era of more creative solutions in the clothing arena. The results will be presented during Fashion at Iuav, the closing event of all the events of Iuav Fashion at the end of the academic year 2016/2017.



MARIA LUISA FRISA

Direttore del Corso di laurea in Design della moda e Arti multimediali

"La collaborazione fra Iuav, Xacus e Albini è uno straordinario modo di celebrare questo anniversario, attraverso un progetto che mette in evidenza l'eccellenza e le qualità italiane nella produzione della moda, nonché l'importanza di pensare a un progetto formativo come il nostro che ha fra i suoi punti di forza la necessaria sinergia con le più importanti realtà produttive del nostro Paese".

"The partnership between Iuav, Xacus and Albini is an extraordinary way to celebrate this anniversary thanks to a project that highlights the Italian excellence and quality in fashion production and emphasizes the importance of supporting a university project that needs to work in synergy with the most important manufacturers of our country".



SILVIO ALBINI

Presidente Cotonificio Albini

"Siamo due famiglie di imprenditori italiani con una visione di lungo periodo e una grande passione per il tessile di qualità e penso che per entrambi questo sia un punto d'orgoglio. La camicia 200yrs è il connubio tra uno dei nostri tessuti più pregiati e l'eccellenza della confezione di Xacus, insieme anche per promuovere e incentivare la creatività dei giovani studenti dello IUAV".

"We are two families of Italian entrepreneurs with a long-term vision and a great passion for quality textiles and I am sure this can be a reason of pride for both of us. The 200yrs shirt combines one of our finest fabrics with the excellence of Xacus production. We are together to promote and encourage the creativity of the young students of IUAV".

Xacus Styles

DAGLI STREET STYLES ALLA TELEVISIONE ECCO I NUOVI PERSONAGGI CHE INDOSSANO LE NOSTRE CAMICIE UOMO E DONNA. / FROM STREET STYLES THROUGH TELEVISION HERE ARE THE NEW PERSONALITIES WEARING OUR SHIRTS FOR MAN AND WOMAN.



FABIO VOLO
SCRITTORE / WRITER



PAOLO KESSISOGLU
TV PRESENTER / PRESENTATORE TELEVISIVO



ANTONIA TRUPPE
ATTRICE / ACTRESS



CHLOE STEAK
BLOGGER



CARLOTTA RUBALTELLI
BLOGGER



LORENZO LIVERANI
BLOGGER



Xacus meets Van Zuilen

INTERVISTA CON MARCEL DE GRUIJTER,
STORE MANAGER DELLA BOUTIQUE
VAN ZUILEN DI GORINCHEM / INTERVIEW
WITH MARCEL DE GRUIJTER, STORE
MANAGER OF VAN ZUILEN STORE,
FROM GORINCHEM.



**QUANDO AVETE COMINCIATO LA VOSTRA ATTIVITÀ? /
WHEN AND HOW DID YOU START YOUR BUSINESS?**

Van Zuilen è stato fondato cinquant'anni fa e nasce come piccola boutique da signora che vendeva esclusive e lussuose collezioni da donna. L'azienda è ora gestita dalla seconda generazione. Venti anni fa abbiamo aperto Van Zuilen Uomo alla porta accanto. Ora nel 2016 Van Zuilen si espande in otto edifici storici, tra cui una chiesa che risale al 14° secolo.

Van Zuilen was founded fifty years ago as a small ladies boutique selling exclusive and luxurious ladies collections. The company is now run by the second generation. Twenty years ago we opened Van Zuilen Men right next door. Now in 2016 Van Zuilen exists in eight historical buildings including a church dating back to the 14th century.

**COME DESCRIVERESTI IL GUSTO DEL VOSTRO NEGOZIO? /
HOW WOULD YOU DESCRIBE THE TASTE OF YOUR STORE?**

Vendiamo casual di lusso, soprattutto proveniente dall'Italia. Non siamo esattamente dei trendsetter ma seguiamo da vicino ciò che accade nel mondo della moda.

We sell luxury casuals, mainly from Italy. We are not exactly trendsetters but we closely follow what is happening in the fashion business.

**QUALI SONO I VOSTRI BRAND PREFERITI E QUALI
SONO LE CATEGORIE CHE VENDONO DI PIÙ? /
WHAT ARE YOUR FAVORITE BRANDS AND WHICH
ARE THE CATEGORIES YOU SELL MORE?**

Vendiamo famosi marchi italiani come Corneliani, Woolrich, Jacob Cohen, Gran Sasso, Fay e, naturalmente, una vasta selezione del nostro marchio di camiceria preferito: Xacus. Il 60% delle nostre vendite oggi sono di casual di lusso.

We sell famous Italian brands such as Corneliani, Woolrich, Jacob Cohen, Gran Sasso, Fay and, of course, a huge selection of our favorite shirt brand: Xacus. 60% of our sales nowadays are related to luxury casuals.

**COM'È LA TUA SELEZIONE CON XACUS? / WHAT'S YOUR
BUYING SELECTION WITH REFERENCE TO XACUS?**

Vendiamo quasi tutto quello che Xacus offre: camicie business, da viaggio e stretch, camicie lavate in flanella, cashmere e lino, camicie moda (slim fits e colli piccoli) e qualche classica camicia con collo button-down. Ci piace davvero usare Xacus come specialista della camicia!

We almost sell everything Xacus offers: business with travel and stretch shirts, washed ones in flannel, cashmere and linen, fashion shirts with slim fits in stretch and small collars; and we even make a selection for some classic button down shirts. We really use Xacus as a shirt specialist.

**QUANTO IMPORTANTE È IL LIVELLO DI SERVIZI
DI UN BRAND CON CUI LAVORI? /
HOW IMPORTANT IS THE LEVEL OF SERVICE
OF A BRAND YOU WORK WITH?**

La collaborazione e lo stretto contatto con i fornitori è essenziale. Con Amsterdam Fashion Group (il distributore di Xacus in Olanda) siamo in contatto quasi ogni settimana per piccoli riassortimenti, camicie su misura o semplici domande.

Uno dei punti di forza è proprio l'enorme n. di servizi che offre Xacus. Oltre a selezionare i migliori prodotti, verichiamo anche il livello di servizi della società perchè per noi è la chiave per lavorare bene.

Collaboration and close contact with suppliers is essential. With Amsterdam Fashion Group (Xacus distributor in The Netherlands) we are in contact almost every week, whether for a small reorder, made to measure shirt or just a simple question. We need to be served straight away. One of the strong points of Xacus is the huge no. of services. Besides selecting the best products we also take a good look at the service level of the company as is a key point for us.

**QUANTO IMPORTANTI SONO LE PERSONE CHE LAVORANO
CON TE E COME PROVI A COINVOLGERLE? /
HOW IMPORTANT ARE YOUR EMPLOYEES AND HOW
DO YOU TRY TO ENGAGE THEM?**

A Van Zuilen siamo una squadra ed ogni giocatore è importante. La più grande risorsa che abbiamo sono i nostri colleghi. Senza di loro, tutto si ferma.

At Van Zuilen we are a team and every player is important. The biggest asset we have are our colleagues. Without them, everything stops.

**XACUS COMPIE 60 ANNI NEL 2016.
INVIACI UN SALUTO SPECIALE. /
WE ARE 60 YEARS IN 2016.
SEND US A SPECIAL GREETING.**

Noi lavoriamo con Xacus perché è uno specialista. Continua a fare quello che sei grande a fare: camicie. Buon 60° Anniversario Xacus!

We work with Xacus because they are a specialist. Keep doing what you are great at: making shirts. Happy 60th Anniversary Xacus!

Xacus meets Susi Store



QUANDO AVETE COMINCIATO LA VOSTRA ATTIVITÀ? / WHEN AND HOW DID YOU START YOUR BUSINESS?

Susi nasce poco più di cinquant'anni fa, nel 1964 per la precisione. E nasce da un'intuizione, quella di chi crede nella possibilità di poter offrire uno spazio fisico, reale, concreto; qualcosa che, allora come oggi, rappresenta la quintessenza dell'astrazione: l'esperienza d'acquisto.

Susi was born about fifty years ago, in 1964 to be precise. It comes from an intuition of those people who believe in the possibility of opening a physical, real, concrete space, something that, then as now, represents the quintessence of abstraction: the shopping experience.

COME DESCRIVERESTI IL GUSTO DEL VOSTRO NEGOZIO? / HOW WOULD YOU DESCRIBE THE TASTE OF YOUR STORE?

Da sempre cerchiamo di offrire alla nostra clientela un'esperienza esclusiva, perché è ciò che fa la differenza, a nostro avviso, e cerchiamo di farlo in un ambiente minimal che pensiamo sappia valorizzare lo stile dei brand che selezioniamo e alterniamo stagione dopo stagione. Un'idea di estetica che è frutto di ricerca costante e sintesi tra i più noti brand e i marchi d'avanguardia.

We always try to offer our customers an exclusive experience, because it is what makes the difference, in our opinion; we try to do it in a minimal environment that can really enhance the brands styles selected and mixed every season. An idea of aesthetics that is the result of constant research and synthesis of the best known and avant-garde brands.

QUALI SONO I BRAND PREFERITI E QUALI SONO LE CATEGORIE MERCEOLOGICHE CHE VENDETE MAGGIORMENTE? / WHAT ARE YOUR FAVORITE BRANDS AND WHICH ARE THE CATEGORIES YOU SELL MORE?

Se c'è una lezione che abbiamo imparato, negli anni, è che il mercato è qualcosa di mutevole, di mai statico, un concetto in perenne evoluzione. Con queste premesse è difficile offrire una risposta veramente chiara ed esaustiva alla prima domanda. Quanto alle categorie, invece, diciamo che commercialmente lo store è diviso tra una parte d'avanguardia, che propone marchi come Off-White, Maison Margiela, Marcelo Burlon, Palm Angels, Moncler oltre a brand "istituzionali" come Gucci e Fendi, e un'altra sezione composta invece da aziende come Xacus, naturalmente, ma anche Boglioli, Tagliatore, Herno, Incotex, Zanone, Church's e altre di questo filone che potremmo definire di "classico evoluto".

If there is one lesson we have learned over the years is that the market is always changing, it's never static and in constant evolution. With this background it is difficult to offer a truly comprehensive and clear answer to the first question. As for categories, however, we can say that commercially the store is divided between one avant-garde part, offering brands such as O -White, Maison Margiela, Marcelo Burlon, Palm Angels, Moncler as well as "institutional" brands like Gucci and Fendi; we also have another room offering specialty items such as Xacus, Boglioli, Clipper, Herno, Incotex, Zanone, Church's and others that could be called "advanced classic".

INTERVISTA CON SUSI STORE DI LATINA, FONDATA NEL 1964 DALLA FAMIGLIA PISTILLI. / INTERVIEW WITH SUSI STORE FROM LATINA, ESTABLISHED IN 1964 BY THE PISTILLI FAMILY.

COSA ACQUISTATE DA XACUS? / WHAT ARE YOU PURCHASING FROM XACUS?

Acquistiamo sia uomo che donna. Per questa stagione, quanto alla donna, abbiamo scelto di selezionare bluse e chemisier dai tagli "over", con qualche inserimento a nostro avviso molto riuscito come nei casi dei modelli Marta, che tra le proposte basiche ha volumi più morbidi, e Gemma, una camicia dal taglio uomo che abbiamo deciso di "leggere" in una chiave particolare, ovvero proponendola in tessuti più sofisticati e più vicini al gusto femminile come la seta. Per l'uomo invece l'intramontabile modello slim, classico che proponiamo e vendiamo benissimo sotto proposte di alta sartoria, ma abbiamo anche concluso un'ottima selezione della parte, diciamo così, "lavata", più in linea cioè con la vestibilità tailor rilassata che ancora seduce l'uomo.

We buy both man and woman collections. For summer 2017 season we selected blouses and chemisier styles. The collection offered some interesting pieces like the relaxed body of Marta and the boy-friend cut of Gemma that we decided to interpret our way, matching them with sophisticated and feminine fabrics like the silks. For men we focused our selection on the classic and timeless slim models that we propose and always sell very well with couture clothes. Moreover, we did not disregard the excellent package of washed shirts, a kind of product that is always in line with the tailor fit and remains a must have piece for the man.

QUANTO È IMPORTANTE IL LIVELLO DI SERVIZIO DI UN BRAND CON CUI LAVORATE? / HOW IMPORTANT IS THE LEVEL OF SERVICE OF A BRAND WITH WHOM YOU WORK?

È fondamentale. Lavorando gli imprevisti succedono e sapere di poter contare in qualsiasi momento su un'azienda che, indipendentemente dal problema, è lì pronta ad assisterti (e quindi ad assistere il tuo cliente) è un aspetto che fa davvero la differenza. L'azienda migliore, abbiamo imparato a pensare, non è soltanto quella che offre il prodotto migliore ma quella che ti mette anche nelle migliori condizioni per venderlo. Nel caso di Xacus il vantaggio è anche un altro, per nulla scontato. Ovvero quello di avere un intero magazzino a tua disposizione con tempi rapidissimi di consegna del prodotto il giorno stesso.

It's essential. Our business is unpredictable and it's good to know that we can always count on a company that is there to assist and help us. This is something which makes a huge difference. We learned from experience that the best company is not only the one that offers the best product but is the one that puts you in the best position to sell it. In the specific case of Xacus, the advantage - which is not at all obvious - is that we have a complete warehouse at our disposal and we can be delivered in very short time or even within the next day.

QUANTO SONO IMPORTANTI I VOSTRI COLLABORATORI E COME CERCATE DI COINVOLGERLI? / HOW IMPORTANT ARE YOUR EMPLOYEES AND HOW DO YOU INVOLVE THEM?

I collaboratori, in qualsiasi negozio del mondo, sono gli attori protagonisti del processo di vendita. Sono loro che conosco davvero il cliente, i suoi gusti e in qualche caso anche le sue esigenze, e saper combinare questo patrimonio di sapere con una conoscenza precisa del prodotto proposto, è la chiave di una vera esperienza d'acquisto riuscita. Un elemento che nessun sito web, nessun algoritmo, nessun social network potrà mai rimpiazzare.

The employees anywhere in the world are the protagonists of the sales process. They are the ones who really know the customer, his tastes and sometimes even his needs. They are able to combine this knowledge with the know-how of the products they sell in order to make the buying a perfect and successful experience. This is an added value that will never be replaced by any web, algorithm or social network.

LA VOSTRA CITAZIONE PREFERITA O MOTTO? / WHAT'S YOUR FAVORITE QUOTE OR MOTTO?

Non sappiamo se sia un vero e proprio motto ma per noi è una specie di regola non scritta, una filosofia che ci guida da sempre. Ovvero quella che ci porta a pensare che davanti a qualcuno di inelegante, guarderemo sempre l'abito, mentre davanti a qualcuno di ben vestito, guarderemo sempre la persona. Ecco, diciamo che il nostro obiettivo è quello di fare in modo di guardare le persone che sono dietro gli abiti.

We do not know whether it is a real motto or not but for us it is a kind of unwritten rule, a philosophy that guides us all along. The one that leads us to think that in front of someone inelegant, we look at the dress, while in front of someone well dressed, we will always look at the person. Our goal is to make sure that we look at people inside their clothes.

XACUS COMPIE 60 ANNI NEL 2016: UN SALUTO SPECIALE / XACUS TURNS 60 IN 2016: A SPECIAL GREETING

Sessant'anni sono un traguardo di assoluto rispetto che solo un'azienda che ha sempre fatto della serietà coi propri partners, della qualità della propria offerta commerciale e della capacità di adattamento alle epoche i suoi pilastri poteva pensare di raggiungere. Nessun miglior auspicio, perciò che non quello di continuare a seguire il percorso tracciato da questa bussola.

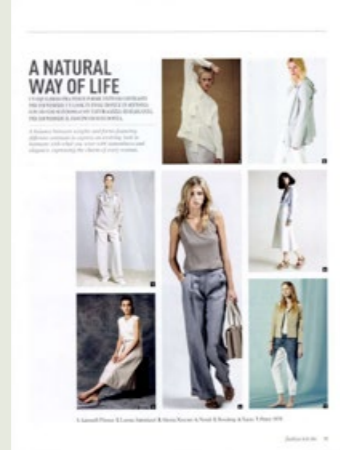
Sixty years is an absolute milestone. Only a company that has always based its values on seriousness with partners, quality of product and ability to adapt to the times is able to reach this achievement. There is no better hope than wishing them to continue to follow the successful path traced so far.

Best Editorials

I migliori editoriali con Xacus e Xacus Donna pubblicati nel secondo semestre. / The best editorials featuring Xacus and Xacus Donna published in the second semester.



Fashion
September 2016



L'Officiel Hommes
September 2016



GQ
September 2016



Lampoon
September 2016



24Hours
September 2016



Intimità
September 2016



Dlui
October 2016



Gentleman Italia
October 2016



Icon
October 2016





Style Fashion Issue
October 2016



Style Magazine
November 2016



GQ
November 2016



Quote
November 2016



L'Uomo Vogue
November 2016



Panorama Icon
November 2016



Gentleman Spain
November 2016



IL
November 2016



Lampoon
November 2016



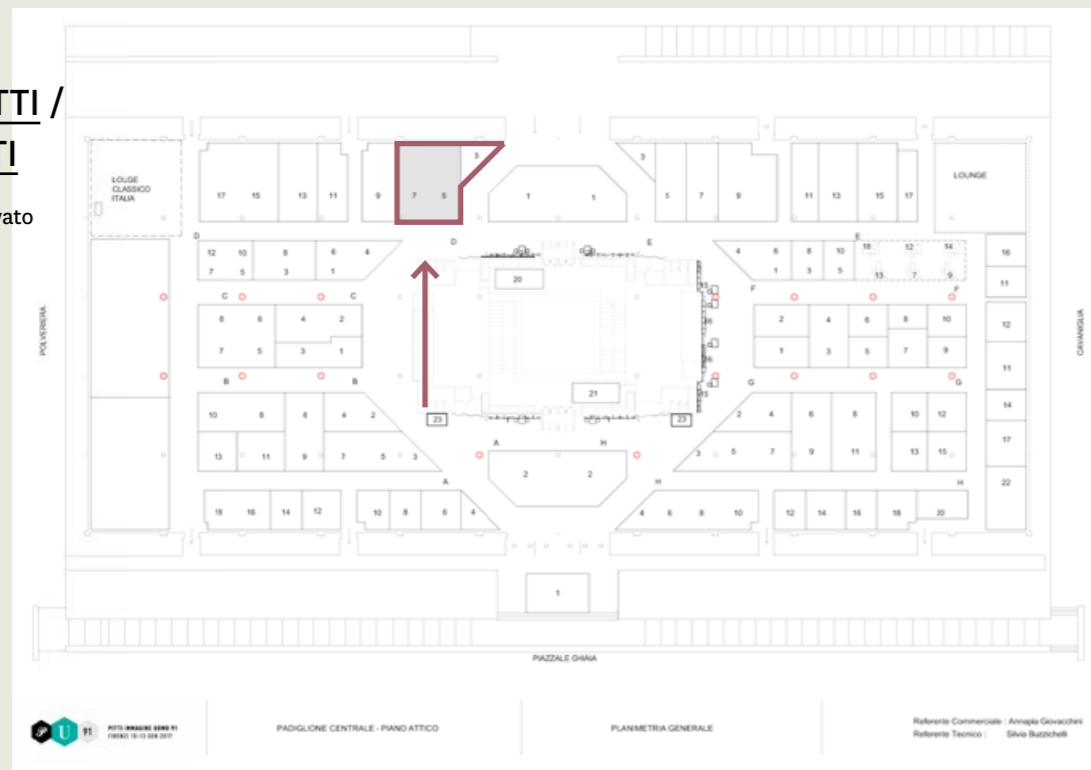
Icon Panorama
November 2016



NUOVA LOCATION A PITTI / NEW LOCATION AT PITTI

Xacus presenta a #PittiUomo91 un rinnovato stand in una nuova location, sempre al piano Attico, più spaziosa e visibile.

Xacus will present at #PittiUomo91 a renewed booth in a new location. Always placed at Attico floor, the space will be bigger and more visible.



NUOVO CORNER XACUS @ TAKASHIMAYA SINGAPORE / NEW XACUS CORNER @ TAKASHIMAYA SINGAPORE

Da Settembre abbiamo un nuovo corner presso la filiale di Singapore in Orchard Road del famoso Department Store giapponese Takashimaya.

Since September we have a new corner in the Singapore Orchard Location of the world famous Japanese Takashimaya Department Store.



XACUS GUSTO ESPANA ARRIVA NEI NEGOZI / XACUS GUSTO SPAIN LANDS INSTORE

La speciale capsule 'cucinata' dagli chefs Maria Marte, Ricard Camarena, Samantha Vallejo-Nagera e Dani Garcia è disponibile dal 1 dicembre nei negozi selezionati.

The special capsule designed by chefs Maria Marte, Ricard Camarena, Samantha Vallejo-Nagera and Dani Garcia is available in the selected stores starting from December 1st.

ECI Ayala (Madrid) / ECI Castellana (Madrid) / E. CONTI (Barcelona) / LLENAS (Barcelona) / CASA PUJOL Reus (Tarragona) / FRANC CHICOS (Ourense) / RAMIRO (Santander) / ARNEO (Logroño y Pamplona) / JOAN SITJES (Granollers Barcelona) / GORE (Alicante, Murcia y Torrevieja) / BKF (Andorra) / FREIXER Vic (Barcelona) / SARTO (Santiago de Compostela) / BLACKCAPE (Valencia) / BARRYS (Palma de Mallorca) / NURIA ROSET (Igualada Barcelona) / ANTONIO VIDAL (Zaragoza) / MAR FRANC Platja d'Aro (Girona) / BARON (Ibiza)

WHITE WOMEN'S PRECOLLECTIONS / WHITE WOMEN'S PRECOLLECTIONS

14 al 16 gennaio 2017: Xacus Donna torna a White Milano in Tortona 27 nell'area Only Woman che giunta alla quarta edizione, presenta una selezione di marchi internazionali.

January 14th - 16th 2017: Xacus Donna returns to White Milano in Tortona 27 inside the area Only Woman, that in its fourth edition, presents a selection of international brands.





Giacca monopetto in fresco di lana e cravatta di cashmere e seta Canali, camicia di cotone Xacus

*Grooming: Marco Minunno - WM Management
Assistente digitale: Aliocha Merker
Assistenti stylist: Alessandra Faja, Alessandra Filieri
Postproduzione: Paul Norman - The Post Room*

Adriano Giannini in Xacus
— L'Officiel Hommes


Xacus srl


via J. F. Kennedy, 24
San Vito di Leguzzano
Vicenza, Italy


Xacus Showroom


Via Arrigo Boito, 8
Milano, Italy

www.xacus.com
marketing@xacus.com

 Xacus

 xacusshirts

 @XacusShirts

 Xacus Shirts