

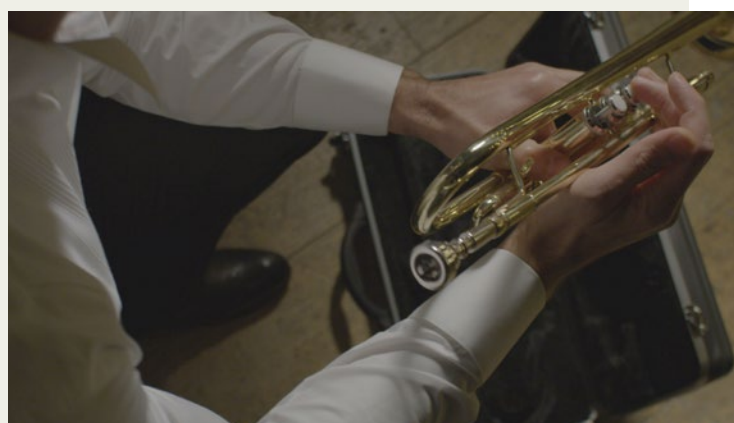
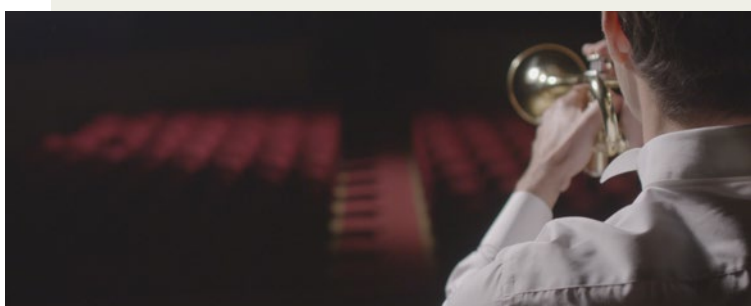
“Wear your
story,
we are
your story”

XACUS LANCIA UN NUOVO
PROGETTO DI STORYTELLING /
XACUS LAUNCHES ITS NEW
STORYTELLING PROJECT

“Wear your story, we are your story”: indossa una camicia che ti racconti, perché la tua irripetibile storia è racchiusa nella camicia.

È il filo conduttore scelto da Xacus per un nuovo progetto di storytelling che sarà presentato a Pitti Immagine Uomo 2018 e lanciato a febbraio con l'apertura del rinnovato canale e-commerce. Xacus ha deciso di raccontare congiuntamente la versatilità delle proprie collezioni - da quella classica a quella per il business o più sportiva - e alcuni attimi quotidiani e irripetibili della vita delle persone che le indossano.

“Wear your story, we are your story”: wear a shirt that talks about you, because your unique story is sealed in the shirt. This is the thread selected by Xacus for a new storytelling project that will be released in the coming months and will find its focal point at Pitti Immagine Uomo 2018. The company based in the Veneto Region, specialising in men's shirts for sixty years, has decided to jointly tell the story of the versatility of their collections - from the classic to business or sports shirts - and a few, unique moments in the life of those who wear them.



“Wear your story, we are your story”

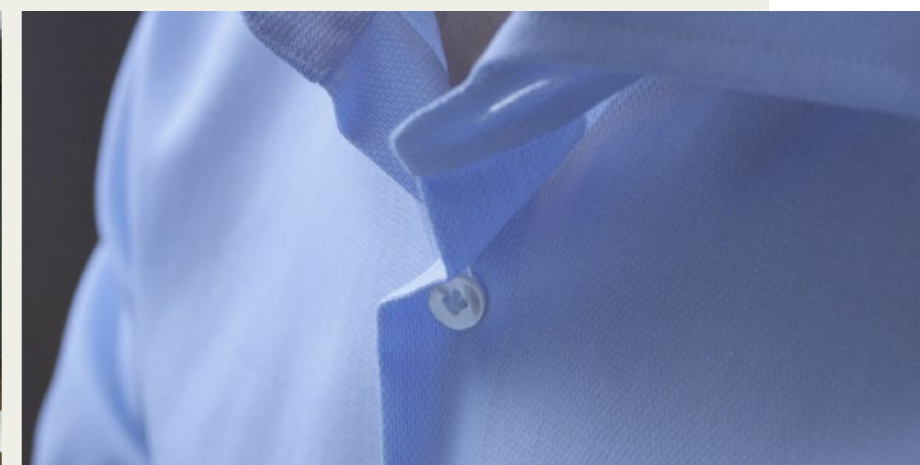
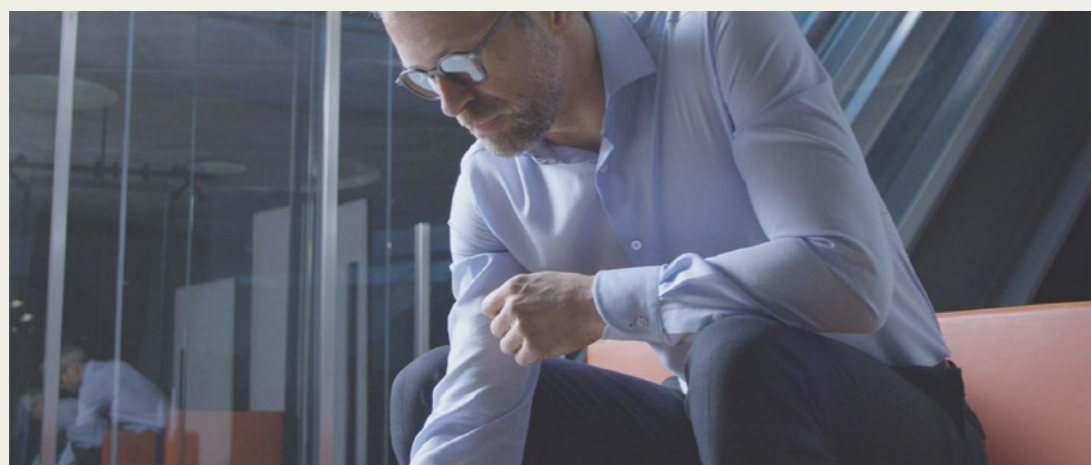
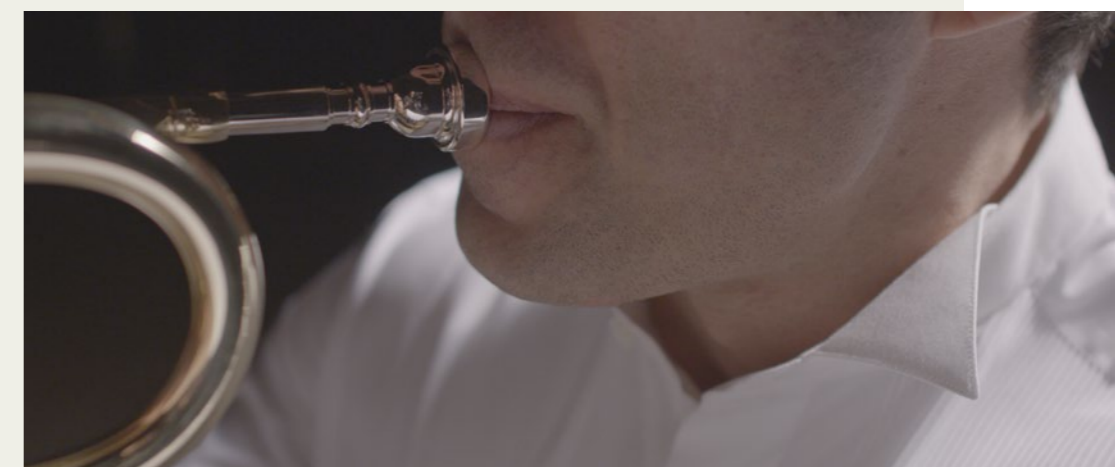
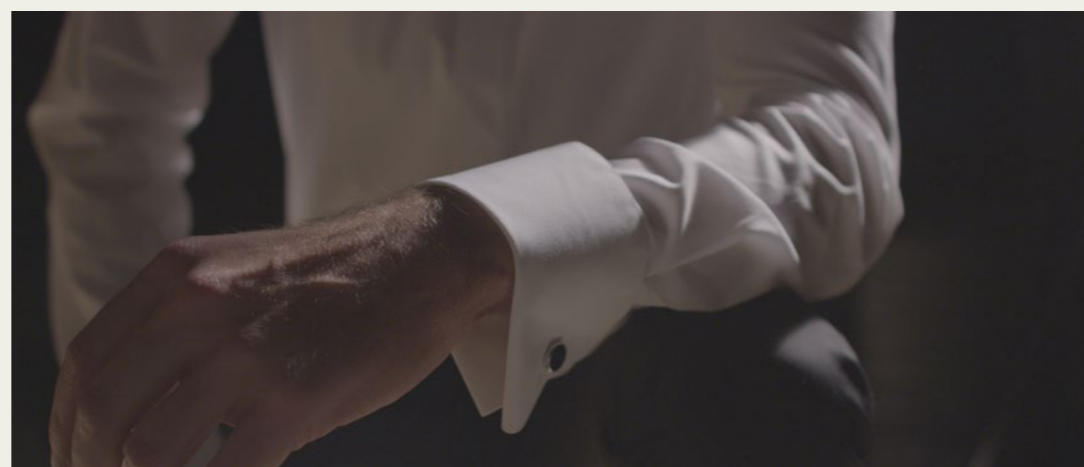
Sei video costituiscono l'operazione, uno per ogni decennio di attività di Xacus. Ciascuno mostra una persona impegnata in un gesto simbolico del suo mood di vita, associato a un ambiente e a uno stile di camicia: New Classic, la tradizione sartoriale, per l'uomo che si perde dentro una galleria d'arte nella contemplazione di un capolavoro pittorico; Beluga Washed, il vero capo vintage-chic, per la gita fuori porta a ritraversarsi accanto a un lago di montagna; Black Label, non troppo formale e no-stiro, per spostamenti in moto durante il lavoro quotidiano; Evening, dove requisito è l'eleganza, per la prima teatrale di un musicista esperto; White Label, stretch e fashion, per un post-serata di danza in un locale underground. La sesta proposta riguarda Xacus Woman, la collezione per la donna dai tratti femminili e ricercati.

I video, accompagnati da atmosfere e testi emozionali, narrano gesti identificativi delle persone e rappresentativi delle diverse circostanze di utilizzo della camicia, sottolineando in parallelo i dettagli di lavorazione che consentono di vivere alcune prerogative di vestibilità. «Conosciamo a fondo questo mestiere: - spiega l'amministratore delegato Paolo Xoccatto, - la nostra è una forte specializzazione di tre generazioni della stessa famiglia. Siamo "nati con la camicia": il nostro obiettivo è portare chi pensa camicia a dire Xacus. Ciò che non tutti sanno, invece, è che da noi si trova una camicia per ogni domanda: ogni occasione e ogni momento dell'anno e della giornata hanno la risposta "Xacus". E lo stesso vale per fascia d'età, fisicità, professione, stile, grazie al fatto che creiamo svariate migliaia di combinazioni per stagione».

XACUS LANCIA UN NUOVO PROGETTO DI STORYTELLING / XACUS LAUNCHES ITS NEW STORYTELLING PROJECT

There are six videos in the operation, one for each decade of Xacus' business life. Each one shows a person involved in a symbolic gesture of his lifestyle mood, associated with an environment and shirt style: New Classic, the tailoring tradition, for the man who loses himself in an art gallery contemplating a pictorial work of art; Beluga Washed, the genuine vintage-chic article of clothing, for a trip out of town to regenerate by the mountain lakeside; Black Label, not too formal and crease free, to move around on your motorbike during a working day; Evening, where elegance is a must, for the opening night of a skilled musician; White Label, stretch and fashion, for a late evening dance in an underground hangout. The sixth proposal regards Xacus Woman, the feminine, refined collection for women.

The videos, accompanied by touching texts and atmospheres, narrate typical gestures of the people and representatives of different circumstances where the shirt can be used, while at the same time, underlining the manufacturing details that allow you to enjoy some of the key aspects of its wearability. "We know this profession well: - explains Paolo Xoccatto, managing director, - Ours is a lifetime specialisation of three generations of the same family. We "were born with the shirt": we aim to bring round those who think shirt, to saying Xacus. Something not everyone knows is that we have a shirt for each request: "Xacus" has the answer for every occasion, any time of the year or day. The same can be said for age group, physical condition, profession and style thanks to the fact that we create several thousand combinations per season".



La nuova campagna adv 2018

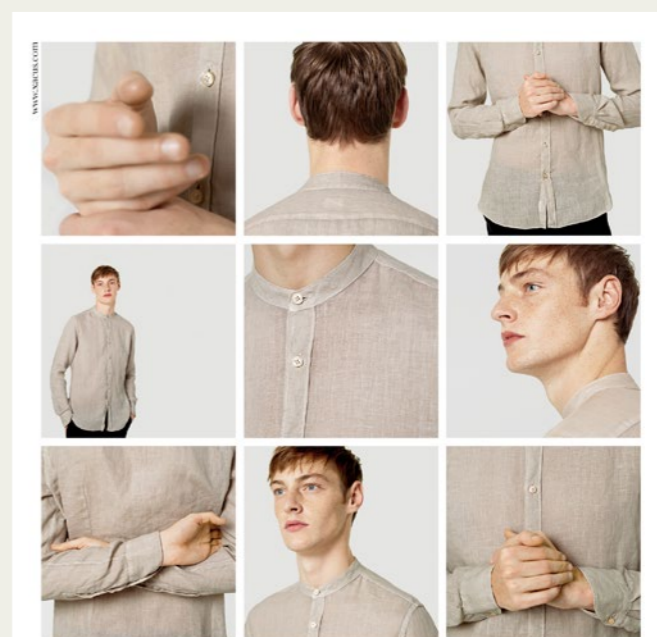
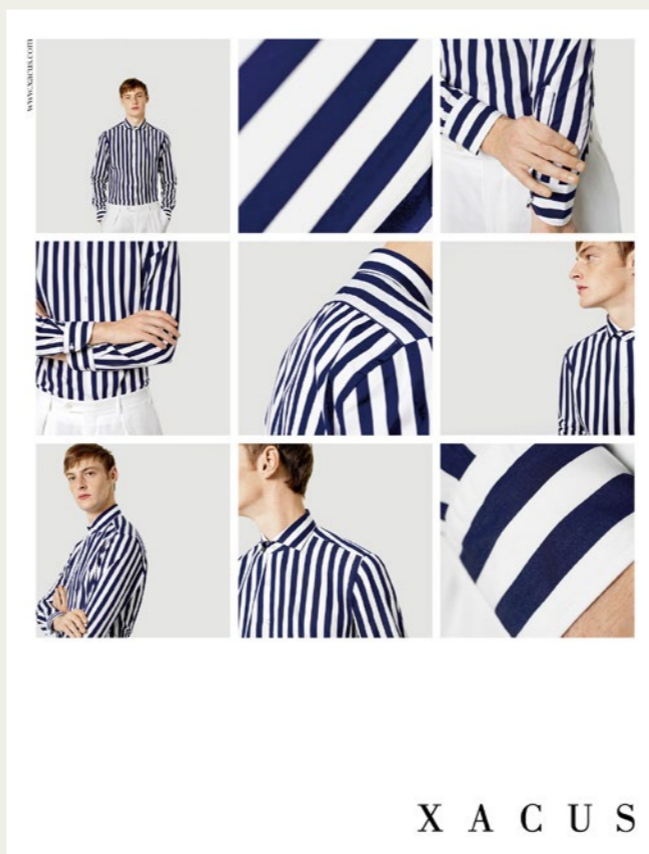
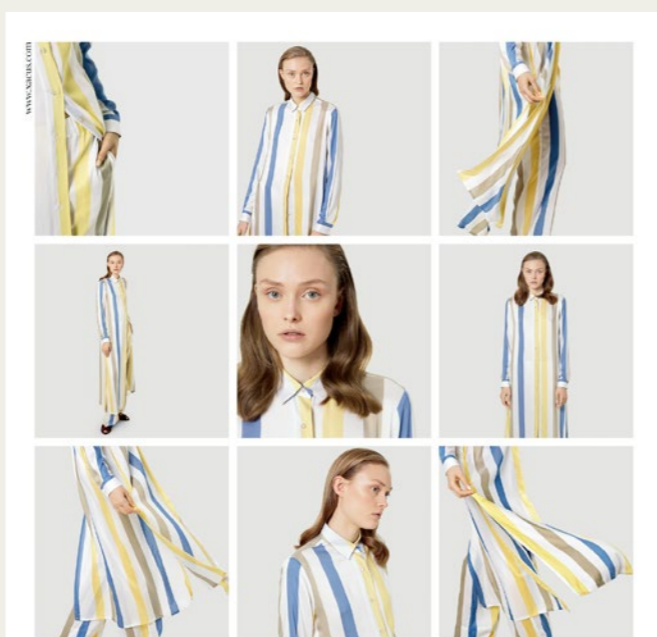
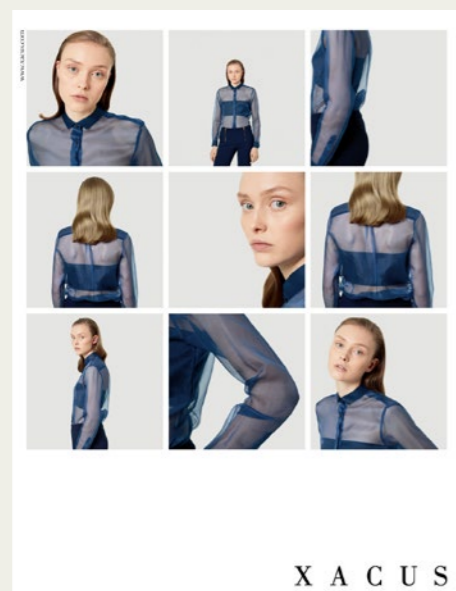
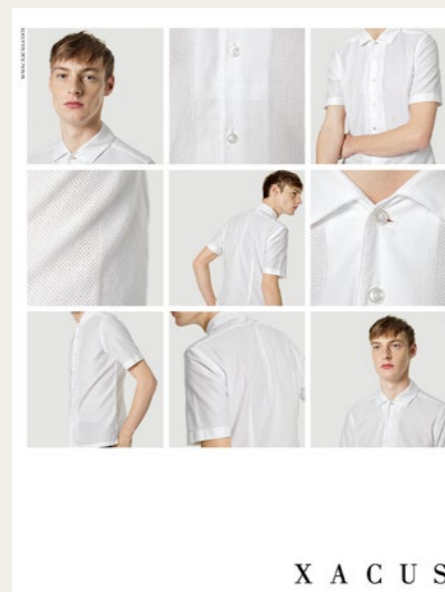
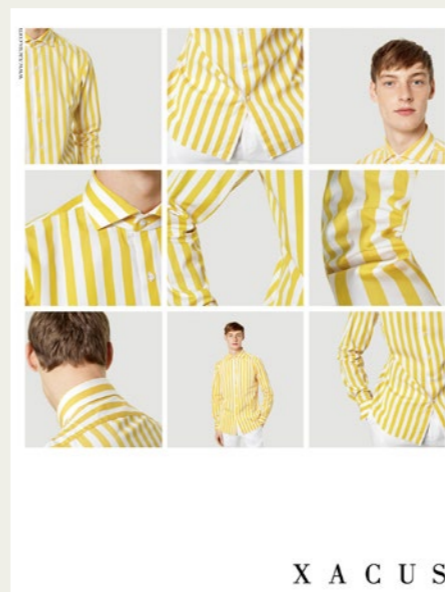
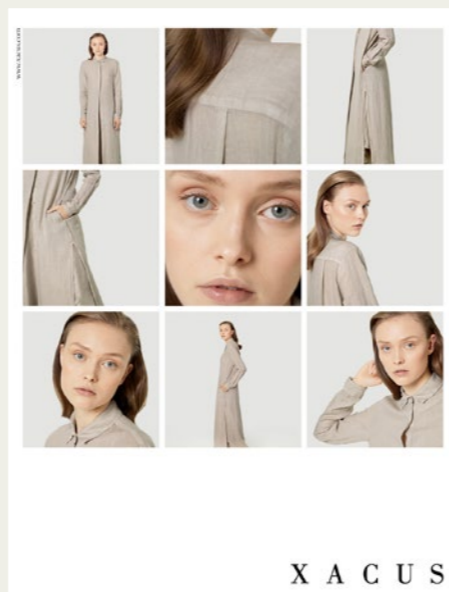
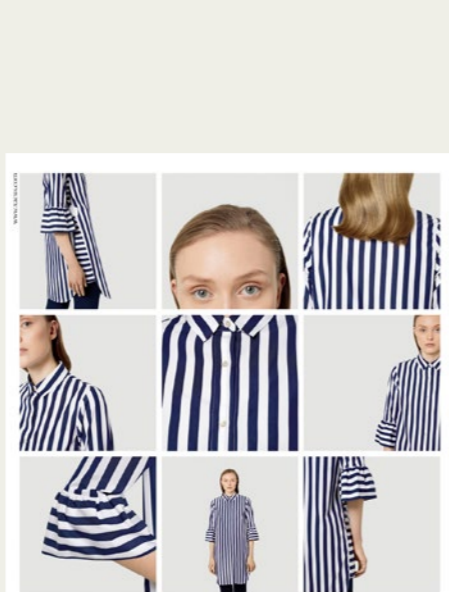
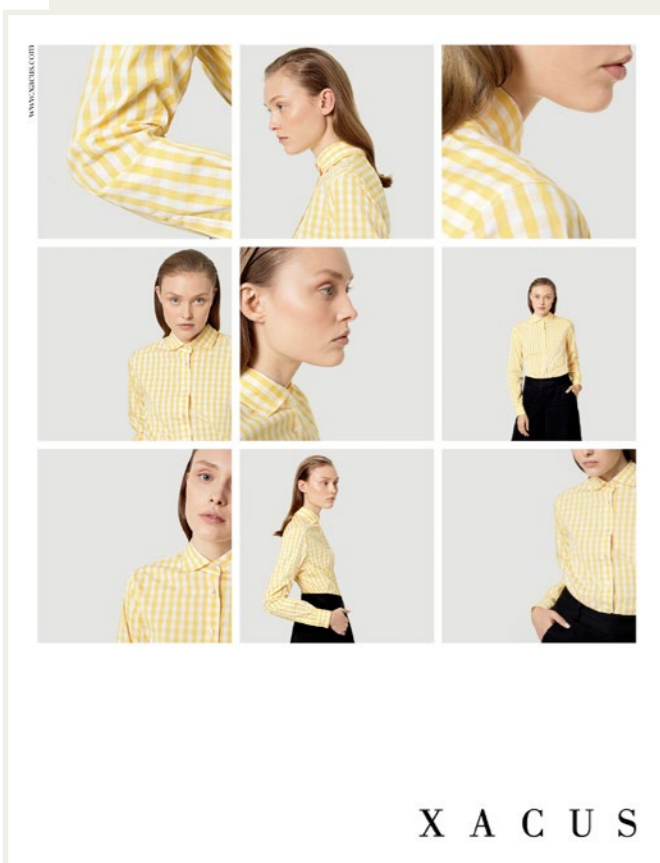
Il servizio fotografico è stato realizzato a Milano a Novembre 2017. La fotografia è di Koto Bolofo e la direzione creativa di Roberto Da Pozzo.

È con piacere che presentiamo le nuove immagini della campagna ADV Xacus Primavera Estate 2018. Con gli scatti esclusivi del noto fotografo internazionale Koto Bolofo, abbiamo voluto raccontare il mondo maschile e femminile della camicia con un concept visivo moderno ispirato al nuovo linguaggio della comunicazione digitale. L'essenza del prodotto si dispiega così in modo fresco, contemporaneo e diretto, attraverso una costruzione semplice ed impattante delle immagini e della loro unicità. Ed ecco, quindi, la nostra camicia nella sua versatilità, i tessuti, le trame, i dettagli del collo, le cuciture ed i bottoni, simboli tutti dello stile inconfondibile che esprime la personalità di chi la indossa.

THE NEW ADV CAMPAIGN 2018

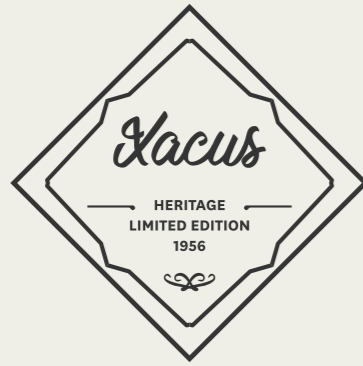
The photos were shot in Milan in November 2017. The photographs are by Koto Bolofo, and the creative direction is by Roberto Da Pozzo.

We are pleased to present the new images from the Xacus Spring/Summer 2018 adv campaign. In the exclusive shots by famous international photographer, Koto Bolofo, we have tried to portray the world of men's and women's shirts using a modern visual concept inspired by the new language of digital communication. The essence of the product is shown in a fresh, contemporary and direct manner, using the simple, high-impact construction of images and their unique style.



Capsule Heritage

XACUS PRESENTA LA NUOVA CAPSULE COLLECTION 'HERITAGE' PER L'A118



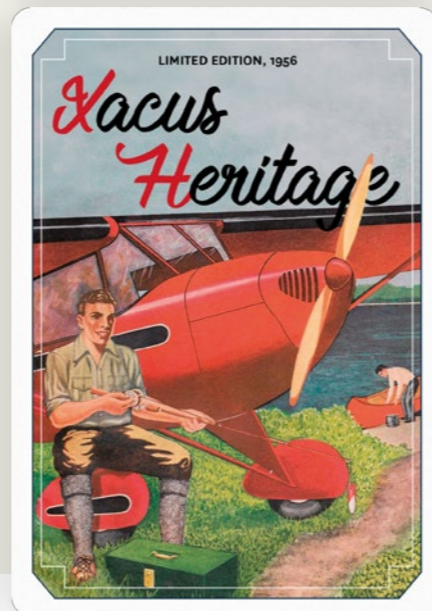
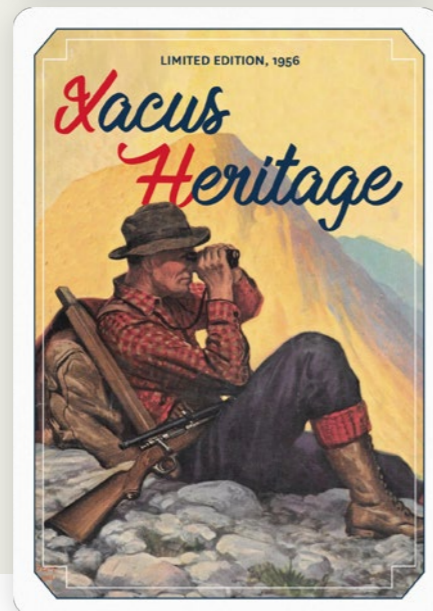
Siamo la nostra storia, una storia in continua evoluzione, che parte dal patrimonio tramandato negli anni fino ad arrivare ai giorni nostri, reinventandosi senza mai dimenticare quello su cui abbiamo costruito.

Nasce così 'Xacus Heritage', una capsule collection che vede, come punto di partenza, lo studio e il ripercorrere degli archivi aziendali per dare corpo a 10 nuovi modelli di camicie autentiche, ricche di dettagli nuovi e di sportiva raffinatezza. Una collezione che ricorda nel fit la famosa camicia americana degli anni '40 dai volumi un po' over oggi riproposta con una vestibilità completamente rinnovata. Il fit, più contemporaneo, si unisce a dettagli che la caratterizzano come il faldone sulla schiena con hanger, il carrè tagliato e la mosca inserita sul fianco. I colli - prevalentemente button-down - vengono sviluppati anche nell'offerta classica e nel più moderno coreano, il taschino viene proposto doppio o singolo con pattina. Mescole nuove rivisitano la flanella creando un tessuto più fluido che permette una vestibilità diversa più leggera e cascante. Una palette di colore importante con dieci differenti varianti cinque quadri/tartan e cinque uniti - di cui una selezione creata in esclusiva con il cotonificio Albini, partner prestigioso di questa iniziativa.

XACUS PRESENTS 'HERITAGE' THE NEW CAPSULE COLLECTION FOR FW18

We are our story, a continuously developing story that starts with a legacy passed down over the years to arrive at our present day, constantly reinventing ourselves while never forgetting all that we have built on.

This is how Xacus Heritage was born. The starting point for this capsule collection was a study and exploration of the company archives to give shape to ten new, authentic shirts with casual sophistication and many new details. The collection's silhouette evokes the looser style of the famous American shirt of the 1940s, but now reinterpreted with a completely new fit. This more contemporary fit teams with such distinguishing features as a rear box pleat with a hanger loop, a split yoke and butterfly gussets. The collars - mainly button-down - are also available with a classic cut or the more modern band style. The breast pocket may be single or double, with a flap. New blends in flannel create a more fluid fabric, enabling a lighter, better draped fit. The rich colour palette offers ten choices - five checks/tartans and five plain shades - including a selection exclusively created in association with the Albini cotton mill, our prestigious partner for this initiative.



Collezione pe18

I MIGLIORI LOOK
PER LA PROSSIMA
PRIMAVERA —
ESTATE 2018

THE BEST LOOKS
FOR THE NEXT
SPRING —
SUMMER 2018



Xacus premiata ai Veneto Awards

XACUS WINNER OF THE VENETO AWARDS

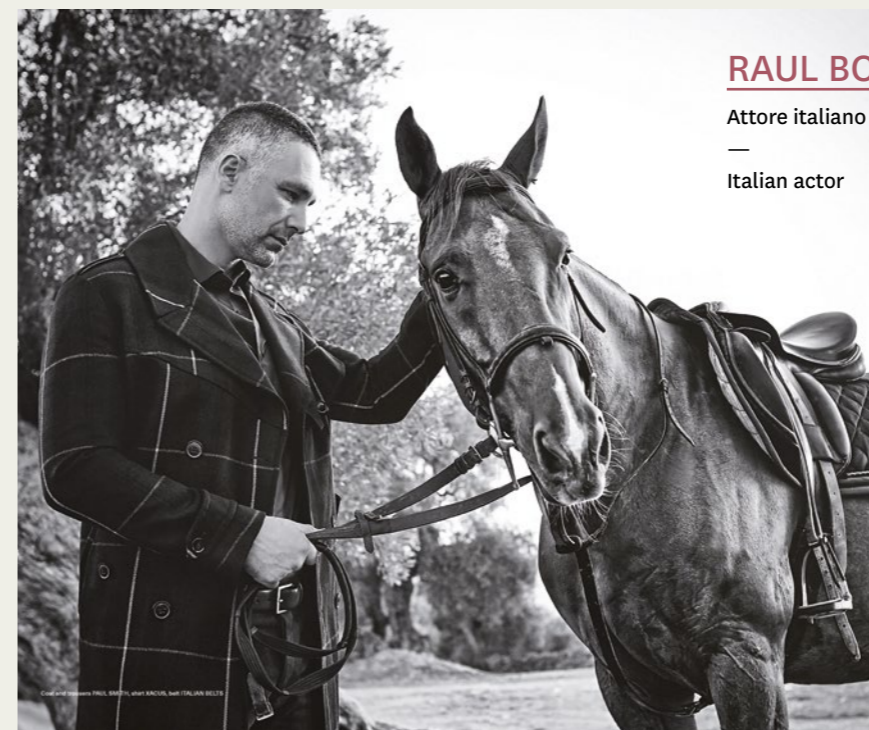
Nell'ambito della 7ª edizione del Veneto Awards organizzato da Class Editori, cerimonia di premiazione delle realtà venete che hanno raggiunto livelli di eccellenza nel 2016, Xacus ha ricevuto il premio Capital Elite. L'evento è stato ripreso dalle testate del gruppo e dal canale televisivo Class CNBC.

As part of the 7th edition of the Veneto Awards organized by Class Editori, an award ceremony for companies based in Veneto that achieved levels of excellence in 2016, Xacus received the Capital Elite award. The event was resumed by the group's publications and by the TV channel Class CNBC.



Celebrities placement

SCOPRITE LE CELEBRITIES CHE HANNO SCELTO DI VESTIRE XACUS IN OCCASIONI UFFICIALI. / DISCOVER CELEBRITIES THAT HAVE CHOSEN TO WEAR XACUS DURING OFFICIAL EVENTS.



RAUL BOVA

Attore italiano
—
Italian actor



SILVIA SODANO

Fondatrice del blog The Sugar Rain
—
Founder of blog The Sugar Rain

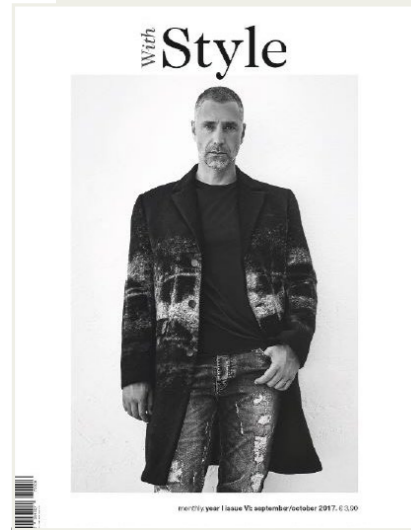


LUCIA SERAFINI

PR dell'agenzia We Are Lovers
—
PR of We Are Lovers agency

Best Editorials

Rassegna stampa Xacus Ottobre, Novembre e Dicembre 2017 /
Xacus press review October, November and December 2017



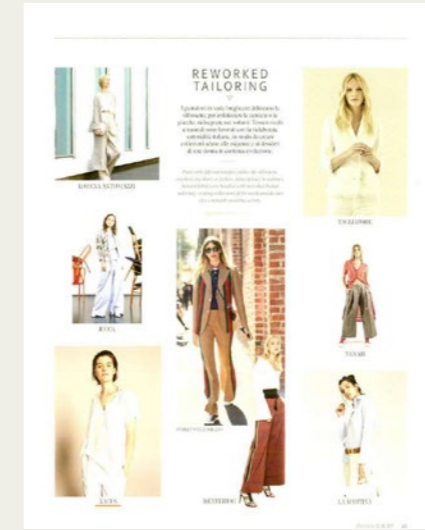
With Style
Settembre-Ottobre 2017



El País Semanal
Ottobre 2017



Fashion
Ottobre 2017



Gioia!
Ottobre 2017



GQ
Ottobre 2017



InStyle — China
Ottobre 2017



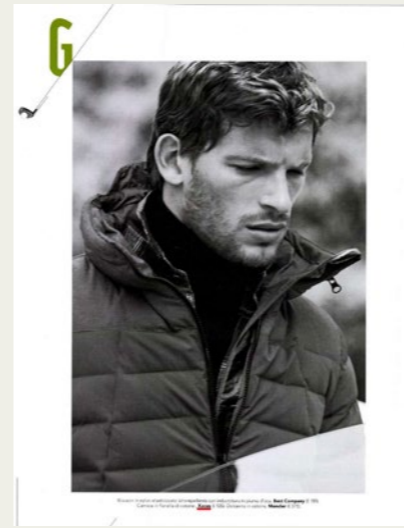
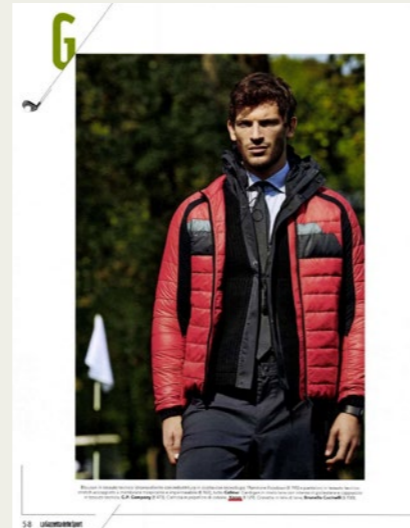
L'Uomo Vogue
Ottobre 2017

Best Editorials

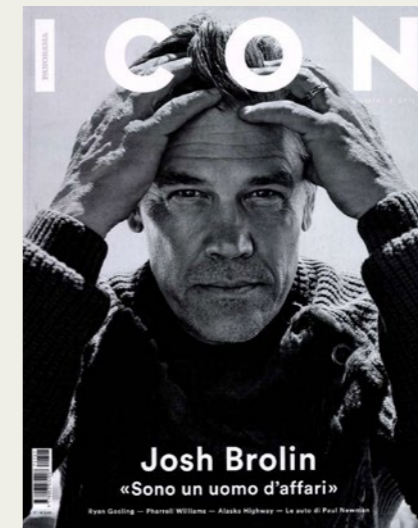
Rassegna stampa Xacus Ottobre, Novembre e Dicembre 2017 /
Xacus press review October, November and December 2017



La Gazzetta dello Sport
Ottobre 2017



La Stampa
Ottobre 2017



Icon Panorama
Ottobre 2017



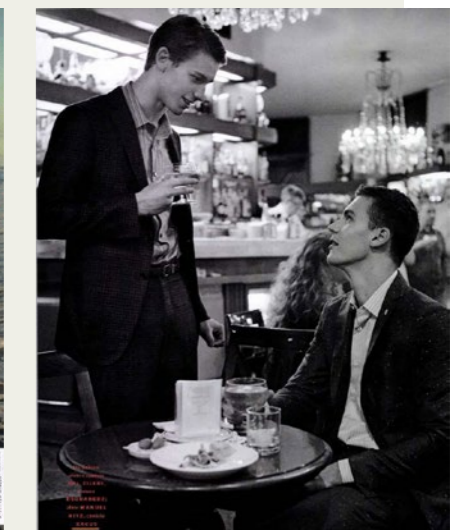
Vanity Fair
Ottobre 2017



El País Icon
Novembre 2017



GQ — Italia
Novembre 2017



L'Uomo Vogue
Novembre 2017



GQ — Spagna
Novembre 2017



Best Editorials

Rassegna stampa Xacus Ottobre, Novembre e Dicembre 2017 /
Xacus press review October, November and December 2017



The Good Life
Novembre 2017



Dluì
Dicembre 2017



Esquire
Dicembre 2017



GQ
Dicembre 2017



Gentleman
Dicembre 2017



Marie Claire — Spagna
Dicembre 2017





Patrimonio di famiglia

UN PATTO DI GENERAZIONI DIVENTA LA CHIAVE PER IL FUTURO DELLO STILE. CON UN BRAND DAL VALORE AGGIUNTO

Può una rivoluzione essere tranquilla? Per Xacus la risposta sta in un patto, come quello tra padre e figli per raccontare la storia di un'avventura di successo

DI ALBERTO CORRADO

Una storia familiare, sinonimo di eleganza e di spirito imprenditoriale allo stato puro. Paolo Xoccatto, amministratore delegato di XACUS, "nato per la camicia" come si definisce, si racconta e svela il suo segreto: non fermarsi mai e correre con le idee e fantasia. Ma sempre con un'etica professionale e la testa rivolta al business globale.

Cosa significa l'acronimo Xacus?

X sta per Xoccatto, il cognome della famiglia. A come Alberto, il fondatore. C sta per camiceria e U per uomo. S è l'iniziale di San Vito di Leguzzano, sede dell'azienda fin dal primo giorno.

Così, 61 anni dopo, a raccontare la storia di quell'avventura siete ancora voi, gli eredi di Alberto Xoccatto, i due ragazzi dell'80, che completano la copertura del mercato nazionale e avviano l'estensione di quello estero privilegiando dapprima il Nord America per poi estendere il proprio raggio d'azione agli altri principali mercati mondiali...

Siamo un'azienda di famiglia come ce ne sono tante nel territorio della nostra regione. La storia inizia nel 1956 con mio padre, Alberto Xoccatto, visionario e creativo artigiano, esponente di una fra le più antiche famiglie di commercianti della zona, che iniziò a cucire camicie con l'aiuto di dieci esperte sarte. Innamorato del lavoro e con una grande passione per i tessuti riuscì a interpretare per lungo tempo la nobile arte della camiceria maschile dove la qualità è prioritaria. Dare al cliente qualcosa che lo soddisfi senza mai imbrogliarlo è uno dei grandi insegnamenti che nostro padre ci ha lasciato. Ma non è l'unico: fare in modo che il cliente sia soddisfatto e ritorni ad acquistare. La nostra famiglia è rimasta sempre unita, tale che la casa di famiglia è sopra la fabbrica e mia madre vive ancora lì anche dopo la scomparsa di mio padre.

Come s'impara il gioco di squadra?

Con umiltà. Siamo cresciuti insieme, da amici, e adesso badiamo a non pestarci i piedi, ciascuno rispetta i suoi ruoli. E soprattutto rinnovandosi e innovandosi per il bene dell'azienda.

Il termine innovazione è molto usato nella vostra azienda, tale da essere un valore a 360°?

Sì certo, perché l'innovazione è stata una strada che nel corso degli anni ha portato una crescita esponenziale dell'azienda garantendo un futuro positivo sia alla nostra famiglia e sia ai nostri collaboratori e dipendenti: innovazione commerciale, innovazione dei sistemi di produzione, innovazione del prodotto per proporsi su mercati diversi con collezioni articolate a secondo delle esigenze.

Un pezzo simbolo della vostra collezione?

Direi la camicia bianca d'intramontabile eleganza, rende semplice ogni abbinamento, grazie alla sua neutralità cromatica capace di mettere in risalto gli altri capi d'abbigliamento, senza mai passare in secondo piano. Questo tipo di camicia la produciamo con il collo italiano, con i polsini normali o alla francese, il cannone con abbottonatura interna ed è solitamente realizzata in popeline, Oxford o seta.

Quanto è stato importante la tecnologia per l'azienda?

Un tempo l'uomo elegante per trovare una camicia o un abito che lo vestisse alla perfezione, doveva recarsi dal sarto di fiducia. Oggi si può vivere questa esperienza e concedersi la migliore qualità, stando comodamente a casa o in ufficio, grazie alla digitalizzazione del "made to measure". Per questo abbiamo investito nel 2014, lanciando il nostro e-commerce. La piattaforma è uno strumento essenziale per il posizionamento e valore del brand e per un consumatore sempre più attento.

Qual è l'ultimo dei suoi progetti?

Sto lavorando all'efficiamento aziendale come metodo organizzativo in visione dei nuovi e forti cambiamenti in atto, affinché la mia azienda cresca e realizzi i propri obiettivi attraverso la massimizzazione dei risultati. Per concretizzarlo ci vorrà del tempo, ma è stato già avviato un programma che parte dall'analisi del check up aziendale che consente di valutare lo stato di salute dell'azienda (attraverso la definizione delle risorse, la rilevazione delle debolezze, l'identificazione delle opportunità e la valutazione di eventuali ostacoli/rischi reali, possibili e potenziali) e di fornire dei suggerimenti circa gli interventi di miglioramento da realizzare per arginare/rimuovere eventuali criticità emerse.

Una tendenza che presenterete a PITTI 93?

La scorsa edizione avevamo presentato la tendenza "Riviera" per un uomo raffinato, giovane incantato dai colori di Positano e dell'eleganza di Portofino. Per Pitti 93 questo mood sarà traslato a un dandy metropolitano attento alle mode e un lifestyle per il tempo libero, dove casual significa comfort. Un'eleganza del sapere vestire alternata da capi classici "vissuti" a quelli morbidi, nella silhouette e dai volumi dei colli destrutturati. Così anche per un guardaroba trasversale femminile, capace di vestire la donna in diverse occasioni, con elementi semplici a completamento del look.

La migliore garanzia del futuro?

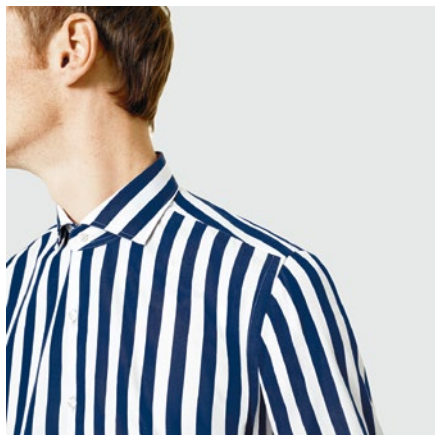
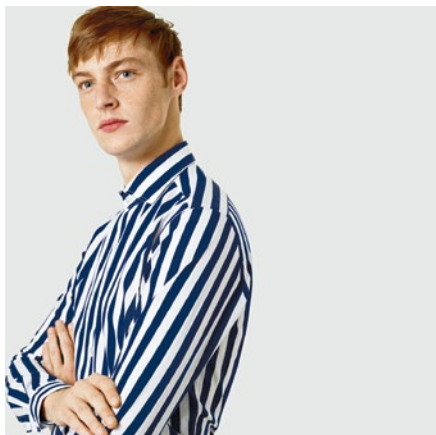
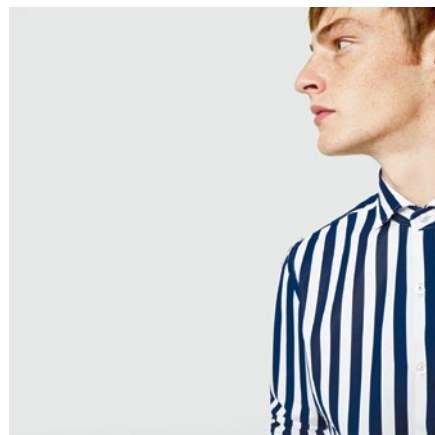
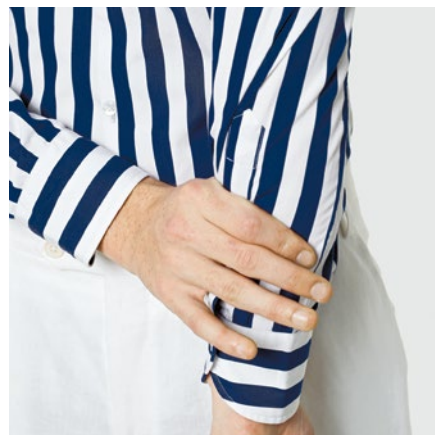
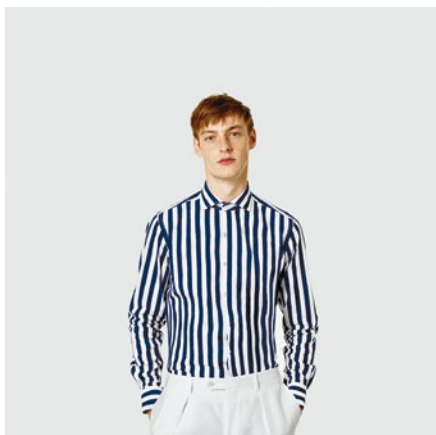
La globalizzazione e integrazione dei popoli. Ma soprattutto la memoria. Essendo un artigiano della camicia e nato per la camicia, non butto la tradizione anzi la tramando. È questa la nostra rivoluzione tranquilla.



Paolo Xoccatto
AD di Xacus

107

www.xacus.com



X A C U S

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

 Xacus

 Xacus_

 Xacus