

# OBIETTIVO 13 MILIONI DI EURO PER STURLINI

**La label prevede di aprire fino a 15 pop-up, primo tra tutti in Rinascente a Milano. Alla Paris fashion week debutta la capsule realizzata con Hed Mayner**

**S**turlini mette il turbo nel 2026. La label di calzature di alta gamma prodotta dal calzaturificio Navayos prevede di chiudere il primo semestre dell'esercizio con un fatturato di circa 7 milioni di euro e guarda a un obiettivo annuale di 13 milioni, in netta accelerazione rispetto ai 9 milioni del 2025. «Nonostante la situazione internazionale e la contrazione che sta interessando il nostro settore, stiamo registrando risultati positivi», spiega a *MFF* **Alessio Sturlini**, ceo dell'azienda. «Negli ultimi anni abbiamo effettuato investimenti importanti per internalizzare gran parte della supply chain, con l'obiettivo di controllare la qualità, migliorare la sostenibilità e proteggere la filiera produttiva». Sul fronte distributivo, l'azienda punta sul format dei pop-up store sviluppati in partnership con retailer selezionati. A luglio sono previste nuove aperture, tra cui un pop-up di un anno con **Rinascente** al Duomo di Milano, mentre sono in fase di definizione altri quattro o cinque progetti da realizzare entro la fine dell'anno. La strategia prevede la creazione di una rete composta da 10-15 pop-up all'interno di location

ad alta visibilità, senza escludere in futuro aperture dirette. A sostenere la visibilità internazionale del marchio contribuirà la nuova collaborazione con **Hed Mayner**, che debutterà durante la **Paris fashion week** sabato 27 luglio. Il designer israeliano ha raccontato che il progetto nasce dall'ammirazione per il know-how artigianale dell'azienda toscana e per il suo radicamento nel distretto manifatturiero fiorentino. «La connessione con Sturlini è partita dalla loro conoscenza e dal loro modo tradizionale di fare le cose», racconta Mayner.

«Pur provenendo da background differenti, condividiamo la stessa passione per il modo in cui i prodotti vengono realizzati, è stata una collaborazione naturale». La capsule reinterpreta alcuni archetipi classici della calzatura maschile attra-

verso il linguaggio distintivo del designer, fatto di proporzioni amplificate e volumi morbidi. «Mi interessava prendere qualcosa di familiare e renderlo leggermente sbagliato», continua Mayner. «Riconosci l'oggetto classico, ma allo stesso tempo non ne sei completamente sicuro». (riproduzione riservata)



Una scarpa Sturlini