



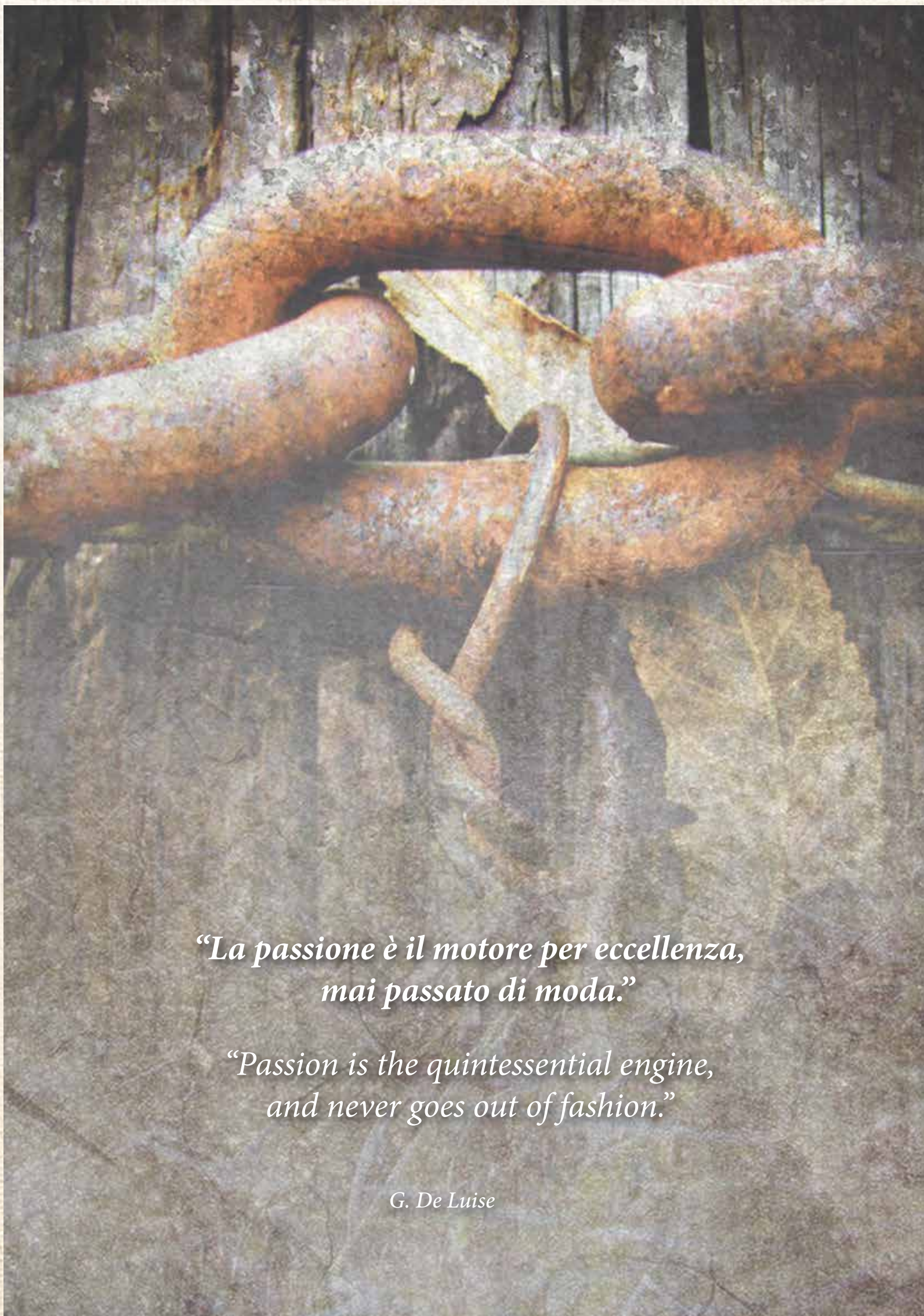
ITALIAN BELTS



ITALIANBELTS

Cinturificio dal 1976

1. FILOSOFIA
PHILOSOPHY
2. STORIA
HISTORY
3. UNIVERSO EMOZIONALE
EMOTIONAL UNIVERSE
4. PRODOTTO
PRODUCT
5. STILE
STYLE
6. TARGET
7. STRATEGIA BUSINESS & DISTRIBUZIONE
BUSINESS & DISTRIBUTION STRATEGY
8. IMMAGINE ADV & COMUNICAZIONE
AD & COMMUNICATION IMAGE
9. SOCIAL MEDIA & WEB MARKETING
10. FIERE INTERNAZIONALI
INTERNATIONAL FAIRS
11. IL FUTURO
THE FUTURE



*“La passione è il motore per eccellenza,
mai passato di moda.”*

*“Passion is the quintessential engine,
and never goes out of fashion.”*

G. De Luise

FILOSOFIA PHILOSOPHY

I grandi progetti richiedono coraggio, determinazione e tenacia inesauribile. La curiosità si alimenta giorno dopo giorno grazie all'entusiasmo e alla voglia di andare lontano, dando vita ai sogni e alle idee più ambiziose. Insieme.

Questa è esattamente la premessa vincente del percorso intrapreso da Ludovico Franco e Titti Garofalo nel fondare ITALIAN BELTS, cinturificio d'eccellenza leader sul mercato per qualità, esclusività e manifattura rigorosamente italiana.

L'unione indissolubile della coppia – professionale e privata – ha mostrato da subito una straordinaria attitudine imprenditoriale ed una giusta motivazione per impegnarsi a fondo e raggiungere il successo: prima ancora delle risorse economiche, hanno infatti investito energia, spirito di sacrificio e passione, puntando sulla tradizione e sulla massima artigianalità dei prodotti. Le collezioni ITALIAN BELTS spiccano per eleganti contenuti di stile, estrema attenzione dei particolari e chiaro appeal fashion-contemporaneo, un connubio perfetto di tradizione e modernità.

L'italianità di ogni creazione è valorizzata non soltanto dalla definizione del brand naming, ma anche e soprattutto da ogni singolo step del ciclo produttivo, quotidianamente soggetto a rigoroso controllo qualità, precisione e minuziosa progettazione.

Large-scale projects require courage, determination and unfailing tenacity. Curiosity is fed by the enthusiasm and desire to go a long way, giving life to the most ambitious dreams and ideas -together.

This is exactly the winning premise of the path traveled by Ludovico Franco and Titti Garofalo in founding ITALIAN BELTS, a belt maker leading the market for quality, exclusivity and strictly Italian craftsmanship.

The pair's indissoluble union - private and professional - has always found the perfect balance between an extraordinary entrepreneurial attitude and the motivation to work hard and become successful: before investing financial resources, Franco and Titti committed energy, spirit of sacrifice and passion, focusing on tradition and the highest craftsmanship of their products. The ITALIAN BELTS collections stand out for their elegant style contents, extreme care for details and clear contemporary fashion-appeal, a perfect blend of tradition and modernity.

The Italianness of each creation is enhanced not only by the brand name, but also, and above all, by each single step of the production cycle, submitted daily to strict quality control, precision and attentive design.



STORIA HISTORY

La ricerca della perfezione trae impulso sin dal 1976, attraverso quell'eredità preziosa costruita inizialmente fianco a fianco del signor Franco, padre ispiratore e abilissimo produttore per conto terzi, colui che ha posto le basi di una storia ultraventennale ed ha coinvolto con instancabile dedizione anche il giovane figlio Ludovico, oggi anima e mente ideativa di ITALIAN BELTS. Un imprenditore brillante e lungimirante, che nel 2001 decide con orgoglio di puntare esclusivamente sulla propria caparbietà e sul desiderio di mettersi in gioco, sino a lanciare un piano di produzione e distribuzione di cinture prive di logo e contraddistinte da alto standard qualitativo.

All'inizio di questo lungo cammino, egli privilegia per scelta strategica prima il territorio laziale, in primis Roma, e a seguire l'intero Paese, muovendosi in totale autonomia e presentandosi personalmente da nord a sud presso tutti i potenziali resellers. Passo dopo passo, la voglia di riuscire conduce al traguardo, ancor più se condivisa con la propria compagna di vita: nel 2012 infatti, insieme all'ingegno e alla forte intuizione di Titti, l'azienda prende vita e riscuote in breve tempo ottimi feedback dal mercato, orientandosi verso un futuro in rapida evoluzione, ricco di sfide ed enormi soddisfazioni.

Nel 2014 la produzione accresce il proprio archivio sempre nell'ottica di un guardaroba maschile evocante lusso accessibile e concept sartoriale. Nel 2016, in concomitanza della celebrazione del 40° anniversario d'attività, l'azienda ha registrato una sorprendente performance di fatturato pari al +40% dell'anno precedente, perfezionando la tecnologia dei macchinari, la selettività della distribuzione e l'incremento della relativa Rete Agenti nel Paese, nonché accrescendo la professionalità dei collaboratori e dei professionisti coinvolti, il gruppo simbolo del cuore più autentico, operoso e pulsante di ITALIAN BELTS.

Tutte le persone che ancora oggi contribuiscono a realizzare quel sogno iniziale di Ludovico e Titti, rappresentano dunque una squadra infallibile e protagonista di una lunga avventura imprenditoriale, partita dalla provincia partenopea ed ora proiettata al mondo.

Since 1976, the pursuit of perfection has been drawing impetus through that precious legacy built alongside Mr. Franco, inspiring father and skilled contract manufacturer, who laid the foundation of a multidecade story that eventually also involved with tireless dedication young son Ludovico, today ITALIAN BELTS' soul and creative mind.

A brilliant and visionary entrepreneur, in 2001 Ludovico proudly decided to focus exclusively on his own determination and the desire to challenge himself, up to the launch a production and distribution plan of belts without logo produced in accordance with high quality standards.

At the beginning of this long journey, he gave priority to a strategic choice, focusing first and foremost on the Lazio region market, and, primarily Rome's, then expanding across the entire country, personally visiting potential retailers in every corner of the Italian peninsula.

Step by step, the desire to succeed led to the finish line, by now shared with his partner in life: in fact, in 2012, along with Titti's ingenuity and strong intuition, the company takes shapes, receiving great feedback from the market, and orienting itself in the direction of a future in rapid evolution, full of challenges and enormous rewards. In 2014, the production increased its inventory hinged on a men's wardrobe evoking accessible luxury accessible and sartorial excellence.

In 2016, on its 40th anniversary, the company achieved a record turnover of + 40% compared to the previous year, perfecting its machine technology, the selectivity of distribution and an increase of its agent agent network across Italy, as well as improving the professionalism of operators, the symbol of ITALIAN BELTS' most authentic, indefatigable and throbbing heart.

All those who still today contribute to realizing Ludovico and Titti's dream are members of an infallible team, protagonists of a long entrepreneurial adventure, which, from the Neapolitan province is now projected on the world.

gentlemen's
essential

Tradizione

Tradition

MADE IN ITALY

ALTA QUALITA'

High quality

Italian
touch

DANDY
STYLE



DAILYWEAR ACCESSORIES

**Prestigio dei
Materiali**

Luxury materials

ELEGANZA

Elegance

TENDENZA

Napoletanità Atipica

Atypical Neapolitaness

Trends

**STILE IMPECCABILE
DEI PARTICOLARI**

impeccable style of details

PASSIONE

Passion

contemporary attitude

ARTIGIANALITÀ

craftsman

Competenza

Skills

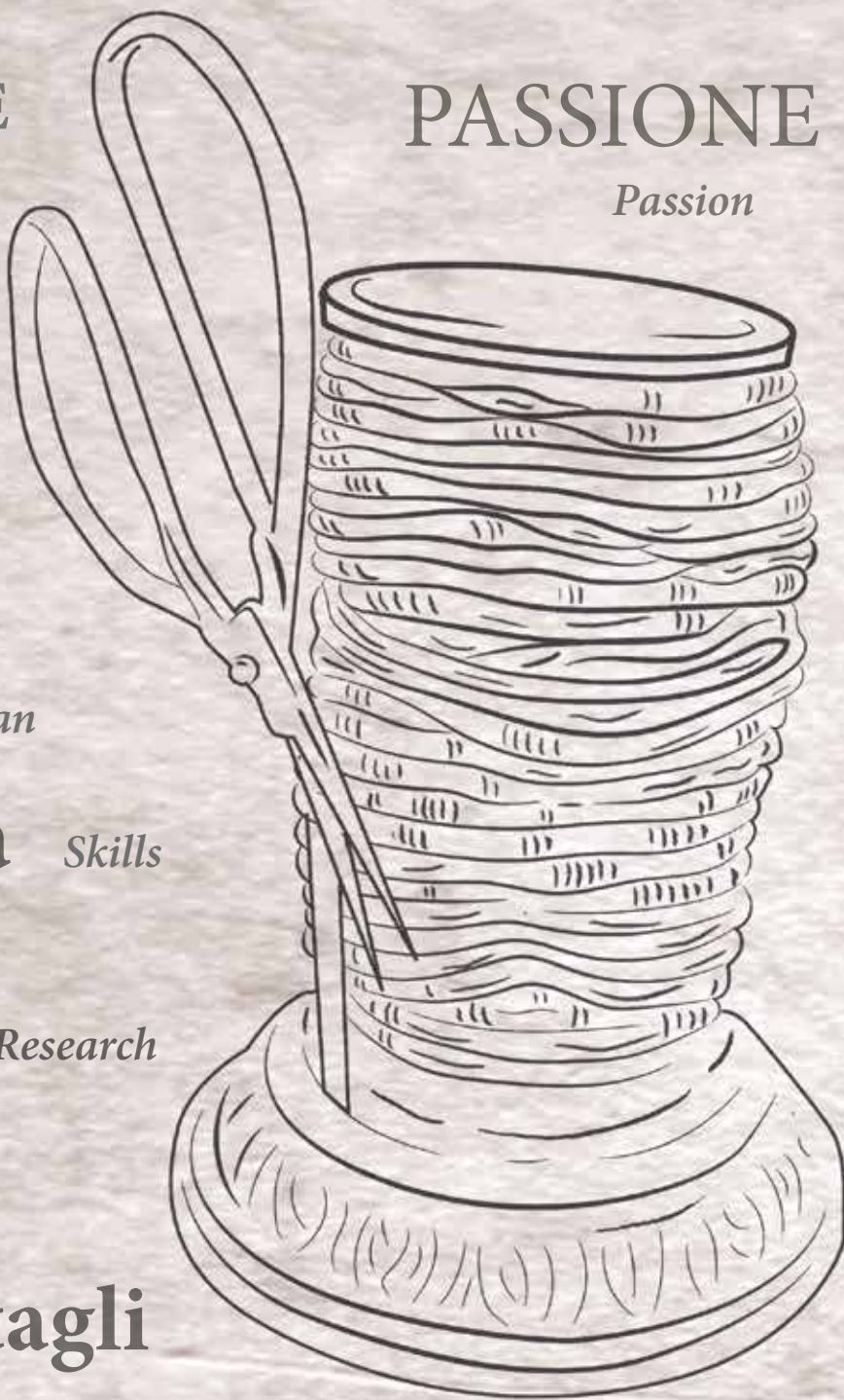
INNOVAZIONE

E RICERCA

Innovation & Research

**Cura per i
dettagli**

attention to details





PRODOTTO PRODUCT

L'estro e la creatività si fondono per concepire accessori uomo di alto valore italiano, unendosi a solide capacità produttive e ad un prezzo di vendita decisamente competitivo.

Per i Fondatori la precisione ed il rispetto delle tempistiche di consegna rappresentano poi dei punti di forza assoluti che pervadono la gestione presente ed accompagnano verso gli obiettivi futuri.

La classe delle Collezioni è frutto dell'impegno certosino di qualificati artigiani simbolo di esperienza, conoscenza e posizionamento medium/high level. Il prestigio del marchio è così dedicato ad una clientela maschile top seller desiderosa di articoli di medio/alta gamma e rifiniture di estrema scrupolosità.

Grazie ai materiali esclusivi e alla preziosa manualità del team operativo, ITALIAN BELTS emerge pertanto per unicità, raffinatezza e pricing competitivo.

Inspiration and creativity come together to produce men's accessories with high Italian value, joining solid production capacities and at decisively competitive price.

For the company's founders, accuracy and compliance with delivery schedules are absolute strengths that inform current management and will guide the company in the future.

The class of each Collection is the result of the commitment of skilled craftsmen, who embody experience, knowledge and elegance. The prestige of the brand is dedicated to customers who are eager to purchase medium- and high-range products with refined finishes.

Thanks to the exclusive materials and precious craftsmanship of the operation team, ITALIAN BELTS stands out for uniqueness, sophistication and competitive pricing.

PRIVATE LABEL

Oltre al brand di proprietà, l'azienda realizza anche produzioni di accessori menswear in conto terzi con grande flessibilità ed estrema precisione di consegna al Cliente.

I campionari concepiti interpretano e soddisfano le attese in termini stilistici, dimostrando aggiornamento, efficienza e ricerca costanti.

I processi internalizzati presso l'Headquarter avvengono sempre sotto il controllo attento e certosino di personale qualificato, traendo moderna ispirazione dal made in Italy più in fermento e cosmopolita.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt

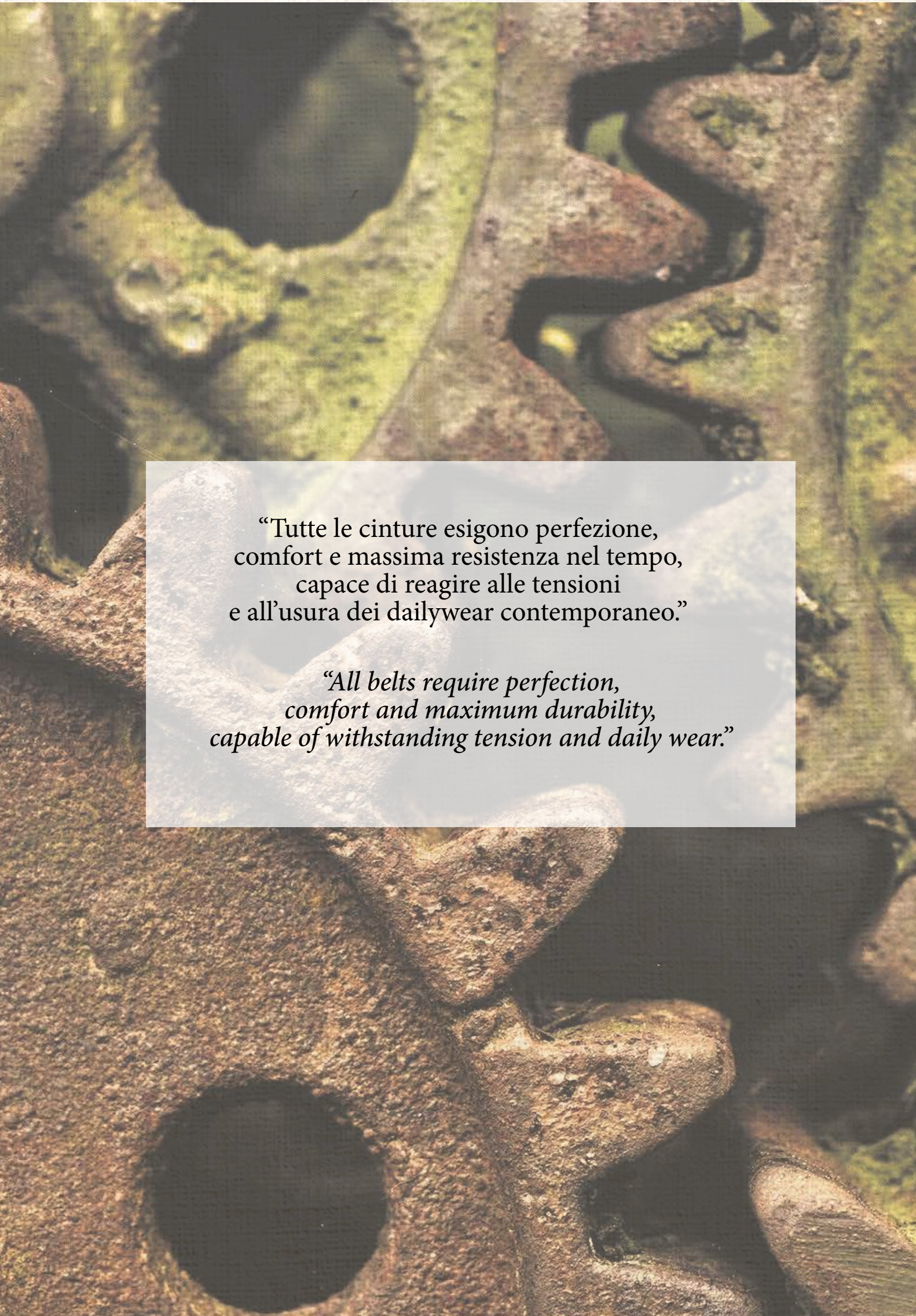
ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim

ad minim veniam, quis nostrud exercitation

ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo

consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit

in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat



“Tutte le cinture esigono perfezione,
comfort e massima resistenza nel tempo,
capace di reagire alle tensioni
e all’usura dei dailywear contemporaneo.”

*“All belts require perfection,
comfort and maximum durability,
capable of withstanding tension and daily wear.”*

STILE STYLE

Il processo di sviluppo e ricerca continua produce ogni anno due Collezioni Programmate e degli affascinanti Flash di Pronto suddivisi nel fluire delle stagioni, un fattore strategicamente vincente per elevarsi e differenziarsi dai competitors di settore. I campionari sono composti da oltre 40/45 referenze per stagione, chiaramente declinati in profondità delle palettes colori, varietà dei modelli, rifiniture e applicazioni impeccabili. Il packaging, dal concept elegante, sobrio ed accattivante, rimarca con decisione il mood originario dell'italianità di prodotto, ossia essenzialità & ricercatezza. Il fil rouge della manodopera esperta è l'estrema attenzione al minimo particolare, dando vita a cinture da uomo disegnate come veri capolavori. La versatilità e l'aderenza a qualsiasi trend sono apprezzate da buyers e consumers, ammirando la primissima qualità dei prodotti e la professionalità del servizio. Con rivetti, borchie, o magari adornate da un particolare motivo o apparentemente anonime, purché pulite nelle linee e dalla riconoscibilità inconfondibile ITALIAN BELTS: tutte le cinture esigono perfezione, comfort e massima resistenza nel tempo, capace di reagire alle tensioni e all'usura dei dailywear contemporaneo.

The development and continuous research process yields every year two Planned Collections and ad hoc seasonal ready-to-wear items, a strategically winning schedule to stand above sector competitors.

The collection samples include more than 40/45 references per season, clearly organized based upon different color palettes, variety of models, finishes and flawless applications.

The elegant, yet simple and catching packaging decisively reflects the mood of the product's Italianness, namely, simplicity & sophistication.

The leitmotif of skilled labor is the extreme attention to details, which gives life to men's belts designed as true masterpieces.

Versatility and adherence to any trends are appreciated by buyers and consumers alike, who admire the highest product quality and of the professional service.

Each belt may feature rivets, studs, or is perhaps adorned with a particular motif or seemingly anonymous, though always featuring clean lines and the ITALIAN BELT flair: all belts require perfection, comfort and maximum durability, capable of withstanding tension and daily wear.



TARGET

Cinture in pelle concepite per un self-made man dei tempi moderni, che vive di corsa e intensamente la propria giornata, muovendosi con sicurezza, caparbia e grande risolutezza in qualsiasi ambiente sia coinvolto. E' un giovane professionista o senior businessman sofisticato, colto, aggiornato, di forte personalità. Un uomo completo, equilibrato ed indipendente, consapevole delle proprie esigenze e attento a tutto quello che lo circonda.

Il pubblico amante di ITALIAN BELTS rientra in un'estesa fascia d'età tra i 28 sino ai 60 anni, con un core target medio/alto spendente tra i 35-50 anni, un range che nella sua totalità indica l'ampissima trasversalità degli accessori, da indossare in qualsiasi momento e indifferentemente dal dato anagrafico.

Non solo lavoro e appuntamenti d'affari dunque, ma anche circostanze di svago, tra hobbies pomeridiani, aperitivi, cene e cerimonie esclusive.

L'attenzione che ripongono nella definizione del proprio outfit deriva dal desiderio di sentirsi inconsapevolmente protagonisti, poiché sanno come e dove apparire sempre impeccabili.

Un gruppo d'élite, proprio come le Collezioni ITALIAN BELTS.

Leather belts designed for a modern-day self-made man who is always on the go and lives every day intensely, moving in his environment with confidence, determination and great resolution. He is either a young professional or a sophisticated senior businessman with a strong personality - a complete, balanced and independent man, aware of his needs and attentive to everything around him.

Those who love ITALIAN BELTS fall within an age group stretching from 28 to 60 years, with an average medium/high spending core target between 35 and 50 years, a range which, in its totality, points to the transversal nature of accessories, to be worn any time and regardless of age.

Not just for work and business meetings then, but also for leisure circumstances, such as afternoon hobbies, happy-hours, dinners and exclusive ceremonies.

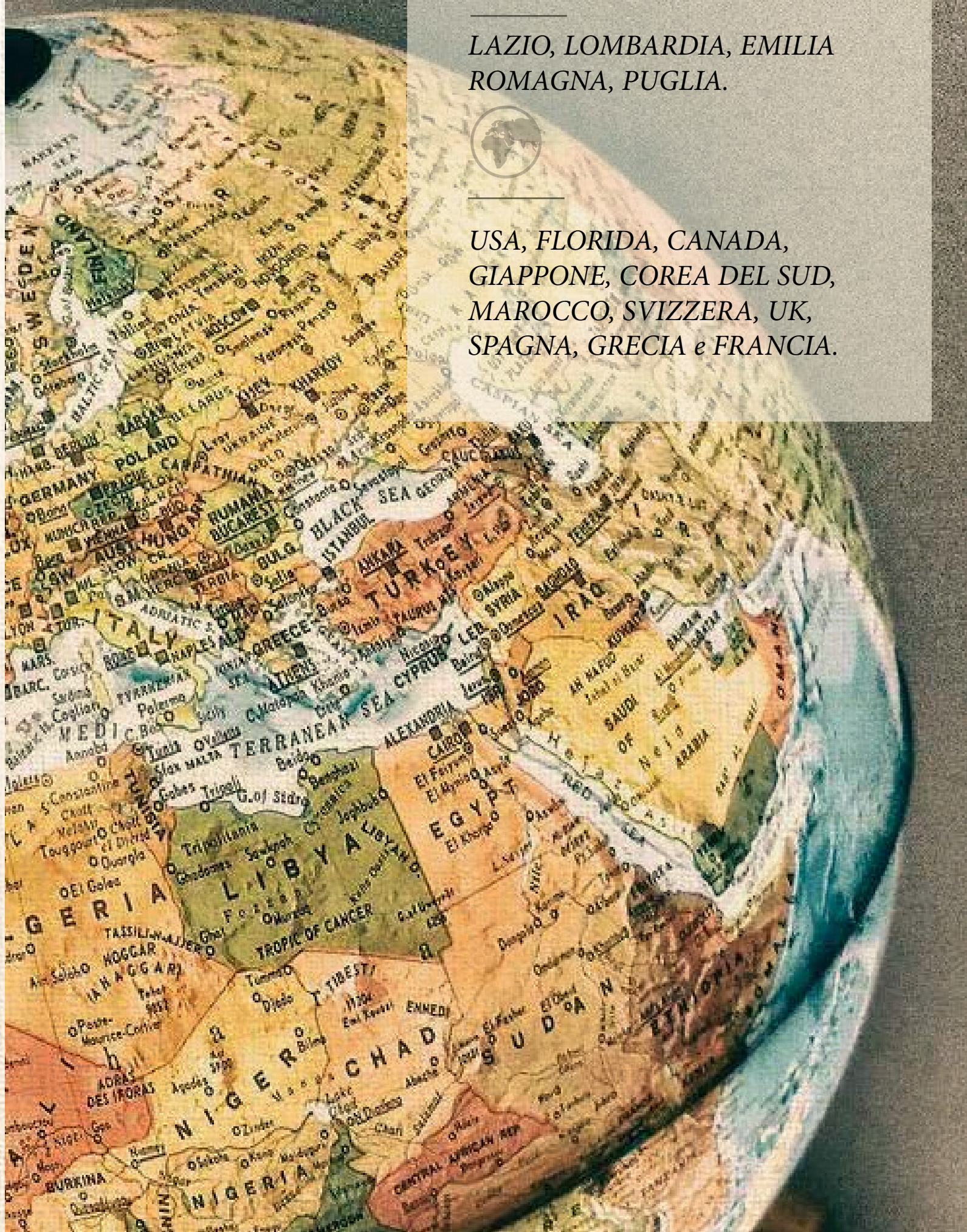
Those who wear ITALIAN BELTS products wish to be unwitting protagonists, because they know how and where to always look impeccable. They are an elite group, just like the ITALIAN BELTS Collections.



*LAZIO, LOMBARDIA, EMILIA
ROMAGNA, PUGLIA.*



*USA, FLORIDA, CANADA,
GIAPPONE, COREA DEL SUD,
MAROCCO, SVIZZERA, UK,
SPAGNA, GRECIA e FRANCIA.*



STRATEGIA BUSINESS & DISTRIBUZIONE *BUSINESS & DISTRIBUTION STRATEGY*

Le Collezioni ITALIAN BELTS sono distribuite in oltre 350 boutiques presenti in Italia e all'estero attraverso una strategia commerciale selezionata e capillare, al fine di garantire sempre l'alto valore della tradizione italiana, il pregio ed il desiderio d'acquisto da parte dei Clienti high-profile. Tra le regioni Top Sellers del Paese: LAZIO, LOMBARDIA, EMILIA ROMAGNA, PUGLIA.

Key markets dell'espansione in Europa e nel resto del mondo sono invece: NEW YORK e USA, FLORIDA, CANADA, GIAPPONE, COREA DEL SUD, MAROCCO, SVIZZERA, UK, SPAGNA, GRECIA e FRANCIA.

Per il domani, l'obiettivo prioritario consiste nell'accrescere la riconoscibilità del brand, aumentando le performance di redditività e pianificando il piano di espansione per i prossimi anni.

The ITALIAN BELTS Collections are distributed to over 350 boutiques in Italy and abroad through a selected and widespread business strategy, in order to guarantee the high value of Italian tradition, as well as the value and desire of high-profile customers to purchase. Among Italy's Top Selling regions, there are: LAZIO, LOMBARDY, EMILIA ROMAGNA and APULIA.

The key markets for across Europe and the rest of the world are: NEW YORK and USA, FLORIDA, CANADA, JAPAN, SOUTH KOREA, MOROCCO, SWITZERLAND, UK, SPAIN, GREECE and FRANCE.

For the future, the primary objective is to increase brand recognition, as well as improve profitability and engineer the expansion plan for the coming years.



IMMAGINE ADV & COMUNICAZIONE

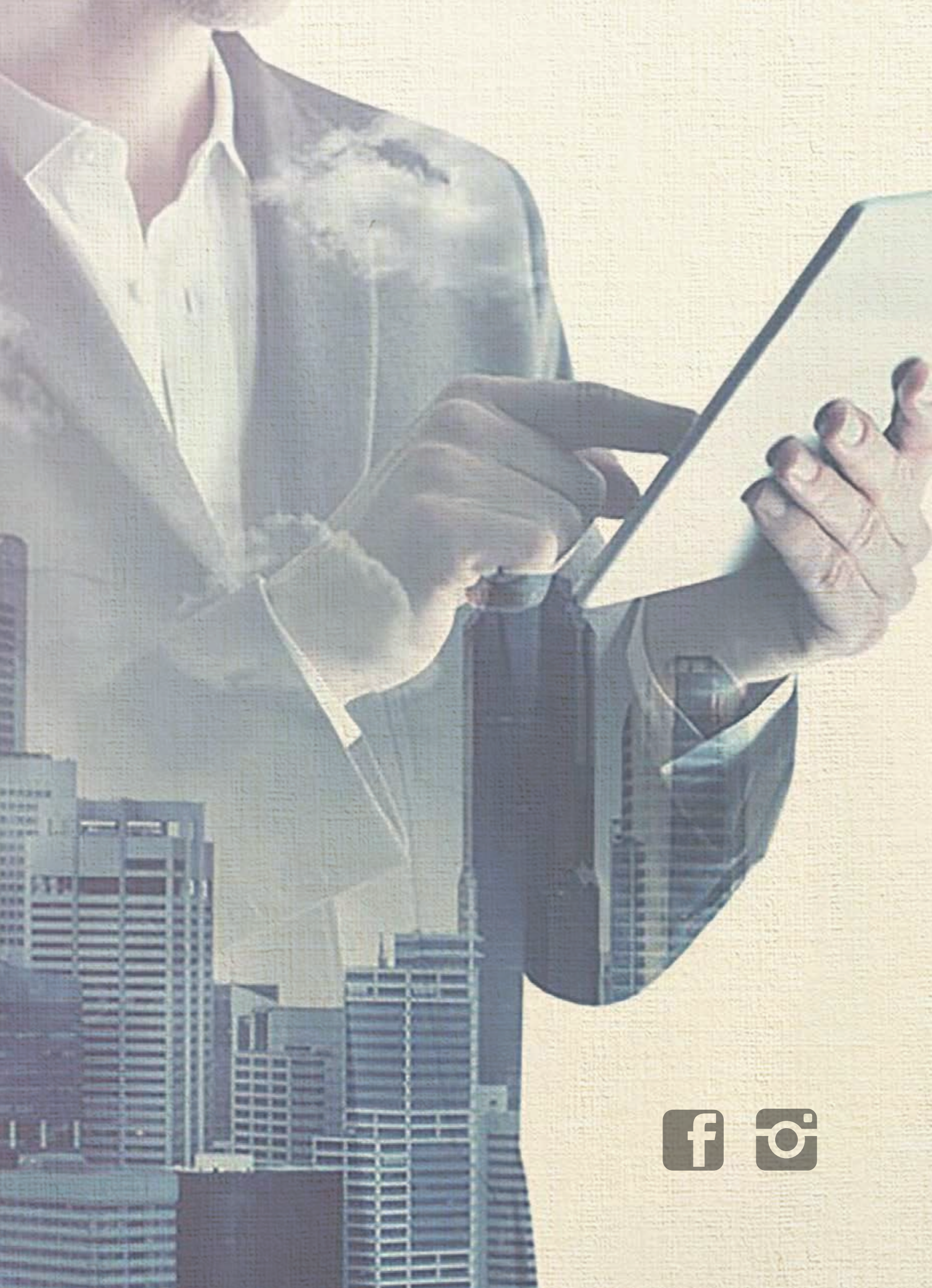
AD & COMMUNICATION IMAGE

Il programma di Marketing & Comunicazione è ricco di operazioni tattiche che implicano in maniera integrata tutti i canali online ed offline. Gli shooting d'immagine ADV sono declinati in Campagne Pubblicitarie di assoluta ricercatezza e spirito fashion-contemporary. Le atmosfere sono non convenzionali, fuori dagli schermi standard e prestabiliti, così da evocare un impatto visivo inedito e inaspettato. Tra le pubblicazioni più importanti in cui il brand è apparso, si annoverano le riviste di FRECCIAROSSA TRENITALIA, ITALO, GUIDA MIPEL; la strategia futura prevede l'utilizzo di fashion magazine d'appel notoriamente internazionale come L'UOMO VOGUE, IL SOLE 24 ORE, ICON.

The Marketing & Communication plan is full of tactical operations that involve all online and offline channels in an integrated manner.

The brand images are organized in Advertising Campaigns of absolute sophistication and fashion-contemporary spirit. Their tone is unconventional, not pre-defined and standardized, in order to evoke a new and unexpected visual impact.

Among the most important publications on which the brand has appeared are the FRECCIAROSSA TRENITALIA, ITALO and GUIDA MIPEL magazines; the future strategy entails reliance on fashion magazine with wide-reaching international appeal, such as MEN'S VOGUE, IL SOLE 24 ORE, and ICON.



SOCIAL MEDIA & WEB MARKETING

Il Progetto Digital Communication & Social Media Strategy trae origine dalla volontà di valorizzare il dialogo ed il confronto costante con la community online e con tutti i Professionisti del settore potenzialmente interessati all'azienda.

Il sito, dopo un intervento di restyling in ottica SEO e di navigabilità user-friendly, presenta con estrema chiarezza l'universo ITALIAN BELTS attraverso una consultazione semplice, rapida ed intuitiva.

Secondo le logiche dei social media in voga, la FACEBOOK FAN PAGE e l'account pubblico INSTAGRAM del brand sono mirati a stimolare la curiosità ed il coinvolgimento live del target, raccontando l'identità degli uomini in linea con lo spirito delle Collezioni ed il loro variegato lifestyle quotidiano.

The Digital Communication & Social Media Strategy Project stems from the desire to enhance dialogue and constant comparison with the online community and all sector Professionals potentially interested in the company.

After restyling in terms of SEO functionality and user-friendly surfing, the company's website showcases with great clarity the ITALIAN BELTS universe through simple, fast and intuitive navigation.

According to the logic of the most popular social media, the company's FACEBOOK FAN PAGE and INSTAGRAM public accounts are targeted to stimulate curiosity and the live involvement of the target audience, by presenting the stories of men in line with the Collections spirit and their diverse daily lifestyle.



FIERE INTERNAZIONALI INTERNATIONAL FAIRS

La curiosità, il desiderio di aggiornamento e di sperimentazione costanti conducono l'azienda in direzione delle più importanti Trade Fairs rappresentative del settore menswear & accessories a livello internazionale.

La ricerca stilistica è parte integrante del piano di sviluppo commerciale di ITALIAN BELTS, così come l'esposizione commerciale per acquisire nuovi Agenti ed Official Resellers presso le capitali più cool ed in ascesa, ossia location eccellenti in cui respirare avanguardia e sviluppo dei trend.

MIPEL MILANO

Dal 1962 ad oggi, Mipel è la più importante vetrina internazionale della pelletteria. Nella prestigiosa cornice di Milano, una delle capitali della moda, due volte l'anno viene presentato il meglio delle creazioni in pelle, tessuto e materiali alternativi per tutte le stagioni.

BAGLIONI UOMO FIRENZE

In concomitanza con il Pitti Immagine Uomo, il Grand Hotel Baglioni Firenze organizza con puntualità ogni edizione del Baglioni Uomo.

Un'area espositiva di oltre 800 mq, spazi concentrati ed ottimizzati, buyers internazionali, numerosissimi esperti del fashion world.

PITTI UOMO FIRENZE

Uno dei maggiori eventi della moda mondiale, familiarmente noto come "Pitti" tra gli addetti ai lavori.

La Fiera è organizzata due volte all'anno (a gennaio e a giugno) ospitando aziende italiane e internazionali che presentano alla stampa e ai compratori le collezioni per l'anno successivo.

PREMIUM BERLINO

Uno degli eventi mondiali per i professionisti della filiera della moda, atteso con trepidazione da chiunque operi nel settore. La Fiera si tiene due volte l'anno a Berlino e riunisce i maggiori trend del futuro in ambito womenswear e menswear.

Frequentato ogni stagione da oltre 20.000 visitatori, da un lato è un palcoscenico di lancio ambito dai marchi di nicchia, dall'altro sta diventando sempre una vetrina ideale per tutte quelle aziende dall'attitudine contemporanea e up-to-date.

The Marketing & Communication plan is full of tactical operations that involve all online and offline channels in an integrated manner.

The brand images are organized in Advertising Campaigns of absolute sophistication and fashion-contemporary spirit. Their tone is unconventional, not pre-defined and standardized, in order to evoke a new and unexpected visual impact.

Among the most important publications on which the brand has appeared are the FRECCIAROSSA TRENITALIA, ITALO and GUIDA MIPEL magazines; the future strategy entails reliance on fashion magazine with wide-reaching international appeal, such as MEN'S VOGUE, IL SOLE 24 ORE, and ICON.

MIPEL MILAN

Since 1962, MIPEL has been the most important international store window for leather goods. It is held twice a year in the prestigious setting of Milan, one of the world's fashion capitals, and offers the opportunity to present the best creations in leather, fabric and alternative materials for all seasons.

BAGLIONI UOMO FIRENZE

In conjunction with the Pitti Immagine Uomo, the Grand Hotel Baglioni Firenze organizes each edition of the Baglioni Uomo event. An exhibition area of over 800 square meters, across concentrated and optimized spaces, with the participation of international buyers and many fashion experts.

PITTI UOMO FIRENZE

One of the major fashion world events, it familiarly known as "Pitti" among insiders.

The Fair is organized twice a year (in January and June), and hosts Italian and international companies that present their collections a year in advance to the press and buyers.

PREMIUM BERLIN

One of world events for fashion professionals, eagerly awaited by everyone in the industry. The Fair is held twice a year in Berlin and brings together the major future trends in the field of womenswear and menswear. Attended each season by over 20,000 visitors, the event is, on the one hand, a launching pad for niche brands and, on the other is becoming an ideal showcase for all contemporary and trendy companies.



Quel piccolo, grande sogno di due napoletani atipici,
ma incredibilmente ambiziosi.

*That small, big dream of two atypical
yet incredibly ambitious Neapolitans.*

IL FUTURO
THE FUTURE

Il domani firmato ITALIAN BELTS si preannuncia brillante ed in crescente potenziamento, ponendo il focus primario sulla forte accelerazione per lo sviluppo della rete distributiva italiana ed estera, sempre più selettiva e capillare.

L'azienda punterà ai maggiori mercati d'Europa e del mondo attraverso ambiziosi progetti di espansione, con l'auspicio di conseguire in breve un concreto aumento di fatturato: oggi infatti le percentuali differenziali rappresentano per il 70 % il comparto nazionale, mentre il restante 30 % internazionale.

I prodotti saranno posizionati in Resellers medio/alta gamma, destinati ad un pubblico esigente, professionista ed altamente competente sul settore fashion.

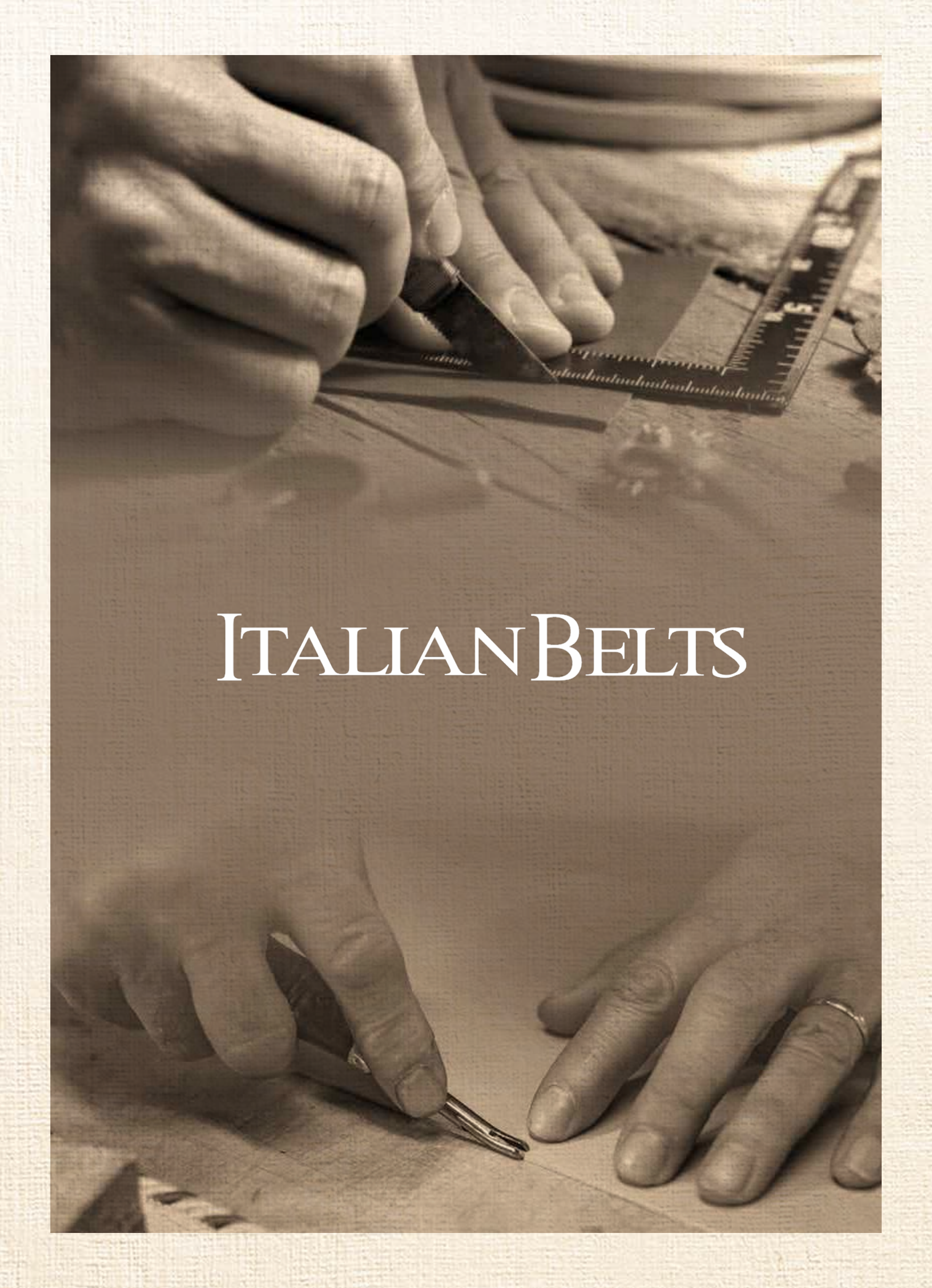
La spinta al futuro, l'audacia e la motivazione cresceranno di pari passo all'incremento delle sfide e delle opportunità da cogliere, con la grande certezza di voler sempre realizzare

The "tomorrow" of ITALIAN BELTS promises to be brilliant and in continuous growth, and focuses primarily on a decisive acceleration in the development of its Italian and foreign distribution network, increasingly more selective and comprehensive.

The company will aim its attention at the major markets of Europe and the rest of the world through ambitious expansion plans, hoping to achieve a real increase in turnover in no time: today, indeed, the differential percentages represent 70% of the domestic sector, while the remaining 30% concerns the international market.

The products will be placed in medium-high-range retailers, destined to a demanding, professional public that is highly competent on the fashion industry.

The drive to the future, as well as boldness and motivation will grow in parallel with the increase of challenges and opportunities to be seized, with the absolute certainty to realize



ITALIAN BELTS

ITALIANBELTS
Cinturificio dal 1976

www.italianbelts.it

