Company Profile

harmont&blaine







Distribuzione e fatturato

46 paesi nel mondo

85 negozi monomarca

79 corner

533 negozi multimarca

€105M di ricavi nel 2024

Il DNA

Harmont&Blaine è un brand upper premium dall'anima italiana e dalla forte vocazione internazionale. Ispirandosi alla cultura mediterranea, interpreta lo stile di ogni giorno attraverso il colore, inteso come simbolo di vitalità ed espressione di sé.

Nel corso del tempo consolida la propria iloso ia, esprimendola oggi attraverso lo statement: **Vivere a Colori**.

Il Brand

Harmont & Blaine nasce da una visione familiare autentica, fatta di passione imprenditoriale, intuizione creativa e profondo legame con il territorio. Fin dalle origini, il brand ha costruito la propria identità su una cultura aziendale fondata sulle persone, sulla qualità e sul valore delle relazioni durature.
Nel tempo, questi principi hanno rappresentato le fondamenta di un percorso di crescita e trasformazione, accompagnando Harmont & Blaine dall'essere un'azienda a conduzione familiare a un brand riconosciuto a livello internazionale.
Negli ultimi anni, l'azienda ha ulteriormente accelerato la propria evoluzione attraverso tre direttrici strategiche fondamentali: **il rinnovamento della governance e l'apertura del capitale, la managerializzazione e il rafforzamento dell'organizzazione, un elevato livello di internalizzazione dei processi.**

Oggi Harmont & Blaine è una realtà solida e contemporanea, capace di coniugare una visione internazionale con un forte legame ai valori, all'identità e all'eredità che ne hanno guidato il percorso fin dalla fondazione.

milestones

1995
La prima Collezione Camicie debutta a Capri

1998
Presentazione della prima Collezione Uomo total look

2001
Inaugurazione della prima boutique a Capri

2004
Progetto di espansione USA e opening della prima boutique a Miami

2005
Lancio della Collezione Kids & Junior

2008
Lancio della Collezione Footwear

2010
Lancio della Collezione Donna

2012
Opening flagship di Milano in Corso Matteotti 5

2013
Apertura HQ e Showroom Milano

2014
Il Fondo di Private Equity Clessidra diventa azionista

Lancio del canale .com

2020
Accordo esclusivo come Official Style Partner di AC Milan Football Club

2021
Progetto di espansione in Cina

Opening della boutique di Hong Kong

2022
Lancio new Visual ID e Store concept

Progetto di espansione Messico con la gestione diretta dei 14 corner presso Palacio de Hierro

Bassotto 2.0, veicolo d'investimento guidato da Riccardo Bruno, subentra a Clessidra Private Equity SGR

2023
Progetto di espansione in Spagna e opening del primo flagship store a Madrid

Accordo esclusivo come Women's Team Style Partner di ASRoma club

Progetto di digital transformation che prevede importanti actions per offrire al consumatore un'esperienza di acquisto omnicanale

2024-25
Harmont&Blaine sigla una serie di collaborazioni esclusive attraverso le mete resort più amate del momento, da Capri alla Costa Smeralda e sino a Cortina con Chalet Tofane

Lancio del nuovo claim "VIVERE A COLORI" come filosofia e concetto stilistico del brand

Nuova gestione diretta retail in USA

Opening della seconda boutique a Miami
Potenziamento mercati esteri

Progetto di espansione in India

Il mondo di Harmont&Blaine



L'approccio stilistico di Harmont&Blaine trascende le regole classiche della sartoria per offrire uno stile smart casual perfetto per ogni occasione, dal lavoro al tempo libero alle esperienze di viaggio.
I concetti di comfort 24/7 e libertà di movimento incontrano un'attitudine ricercata e rilassata che trasforma l'abbigliamento informale nel nuovo dress-code della quotidianità.

Harmont&Blaine propone un guardaroba dinamico e multifunzionale, adatto a tutti i momenti e impegni della giornata, dalla mattina alla sera, rivolgendosi a un consumatore che predilige uno stile naturale, comodo e agevole.
Le silhouette essenziali sono modellate con tessuti di alta qualità e materiali innovativi che reinventano l'eleganza classica proiettandola nel ritmo casual della contemporaneità.





I capi sono pratici e versatili, i motivi grafici, le stampe esclusive e i dettagli su misura si mixano e rimixano in un equilibrio unico e continuo tra eleganza rilassata e gusto personale.

HARMONT & BLAINE PILLARS









Mediterraneità

Una mentalità aperta, solare e caleidoscopica che nasce dal Mediterraneo e si lascia contaminare dalla sua cultura, tradizioni, arte e musica, qualificandosi come un vero e proprio stile di vita.

Versatilità

Uno stile dinamico, innovativo e casual, che esprime un concetto di eleganza sempre focalizzato su qualità e dettagli, adatto a ogni occasione.

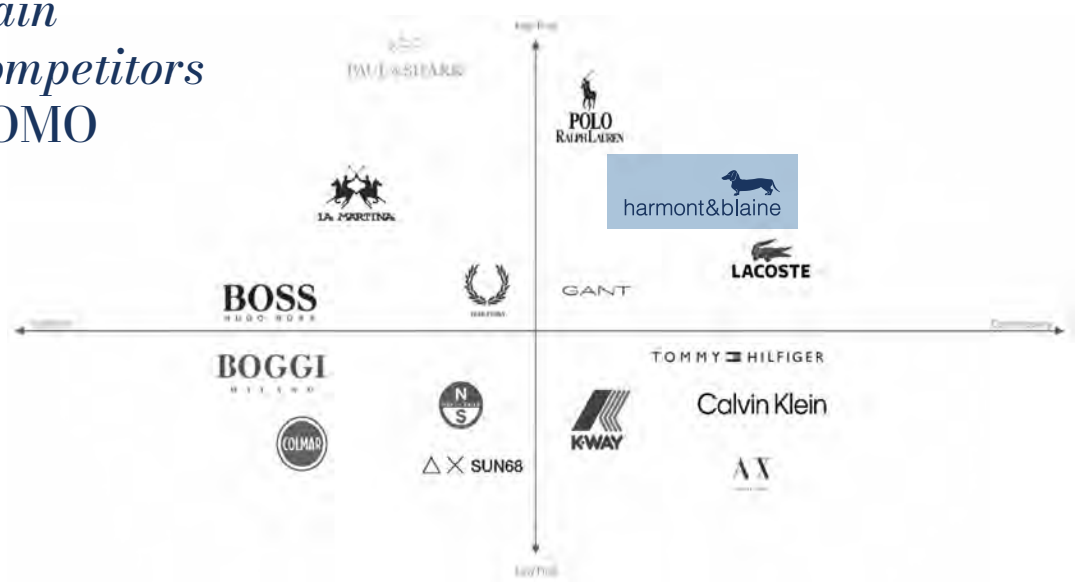
Originalità e Colore

Il punto di riferimento per chi abbraccia con audacia uno stile originale, variopinto, libero da rigide convenzioni, per esplorare nuove combinazioni di colori, stampe e tessuti, trasmettendo energia e positività.

Qualità

Ogni capo è realizzato con materiali di qualità e una meticolosa attenzione ai dettagli, garantendo vestibilità, comfort ed eccellenza.

Main Competitors UOMO



Main Competitors DONNA



Target

AGE 30-50
Dalle grandi aspirazioni e un'attitudine positiva e propositiva verso la vita, che ama sentirsi unica e speciale.
Apprezza soprattutto le esperienze ricercate, ama viaggiare e concedersi dei momenti dedicati a sé per staccare dalla routine quotidiana.
Si informa, si intrattiene e fa acquisti accuratamente selezionati, sempre alla ricerca di prodotti e servizi che confermino il suo stile di vita.

Categorie *Core*

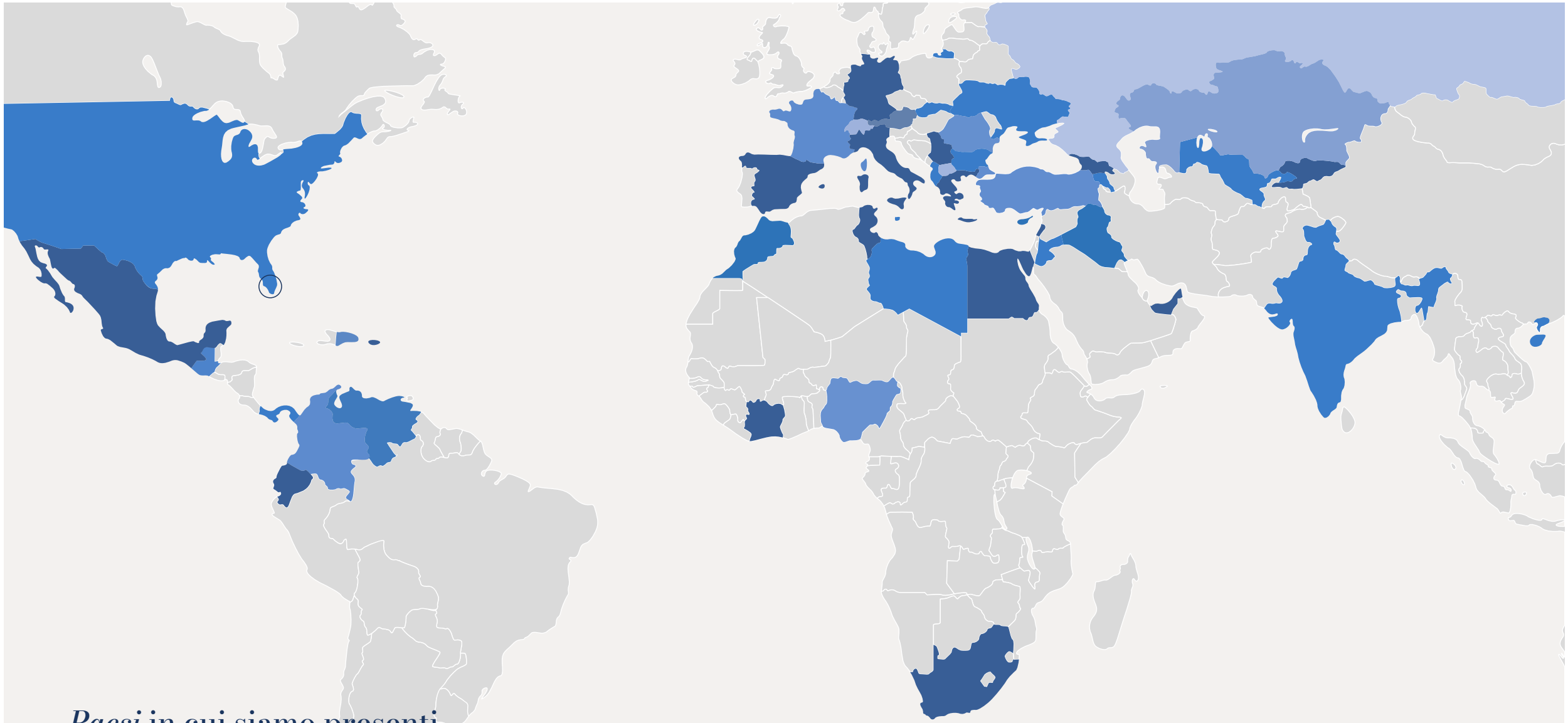
CAMICERIA *25%*
PANTALONI *20%*
POLO E T-SHIRT *20%*
ACCESSORI *13%*
CAPOSPALLA *12%*
MAGLIERIA E FELPE *10%*

Distribuzione *Globale*

L'attuale espansione internazionale del brand si basa su una strategia di distribuzione cross-channel che registra la presenza del brand in **46 paesi** tra Europa, APAC e America, con oltre **85 negozi monomarca** in Italia e all'estero.

La distribuzione è ulteriormente rafforzata da una solida rete wholesale con **533 negozi multimarca e 79 shop-in-shop e corner** nei department store più prestigiosi del mondo, capitanati dalle partnership esclusive con La Rinascente, El Corte Inglés e Palacio de Hierro.

Nel 2024 il brand ha inaugurato una **nuova boutique a Miami**, all'interno dell'Aventura Mall: il primo punto vendita diretto che segna l'avvio della strategia di espansione internazionale diretta negli Stati Uniti, proseguita nel 2025 con l'apertura di un nuovo store al Brickell City Center.



Paesi in cui siamo presenti

ALBANIA, ARMENIA, AUSTRIA, BULGARIA, CIPRO, COLOMBIA, COSTA D'AVORIO, ECUADOR, EGITTO, FRANCIA, GEORGIA, GERMANIA, GIORDANIA, GRECIA, GUATEMALA, HONG KONG, INDIA, IRAQ, ITALIA, KAZAKISTAN, KIRGHIZISTAN, LIBANO, LIBIA, MACEDONIA, MALTA, MAROCCO, MESSICO, MONTENEGRO, NIGERIA, PANAMA, REPUBBLICA DOMINICANA, ROMANIA, RUSSIA, SLOVENIA, SPAGNA, USA (MIAMI), SUD AFRICA, SVIZZERA, TUNISIA, TURCHIA, UAE, UCRAINA, PORTORICO, UZBEKISTAN, VENEZUELA

Nuovo *Store Concept*

Miami, Brickell City Center



Madrid, Calle Serrano





Napoli, Piazza dei Martiri

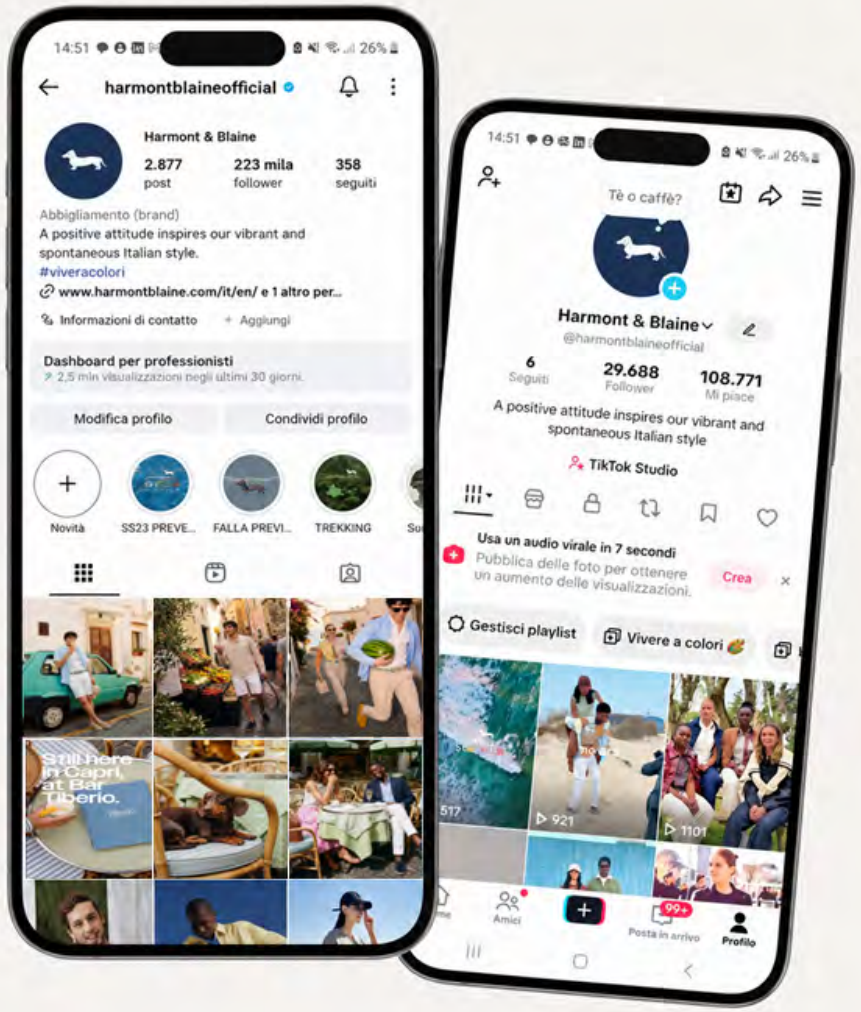


Atene, Attica City Link

Sviluppo *Digitale*

Harmont&Blaine continua a consolidare il proprio approccio digitale in chiave dinamica, coinvolgente e targettizzata, oltre che allo sviluppo di un sistema CRM rapido ed efficiente.

Il profilo instagram del brand, con un mix di contenuti editoriali, di prodotto e grazie a collaborazione con content creator ha raggiunto ad oggi i 223K di followers



Nel Giugno 2024 Harmont&Blaine approda su TikTok per espandere la propria visibilità e allinearsi al ritmo dei nuovi linguaggi di comunicazione.
L'obiettivo principale è quello di raggiungere e coinvolgere il pubblico delle nuove generazioni che popolano la piattaforma, adottando uno stile comunicativo sofisticato, elegante e contemporaneo come il brand ma con il tono leggero e giocoso di giovani creators che possano interpretare e rappresentare al meglio i suoi valori.

Amici in Harmont&Blaine


Rodner Figueroa


Tommaso Zorzi

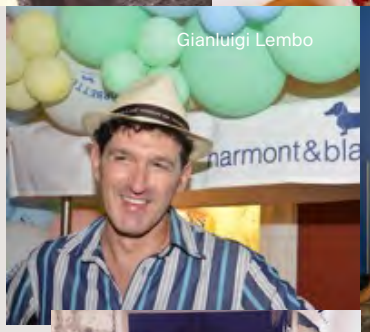

Giorgio Pasotti

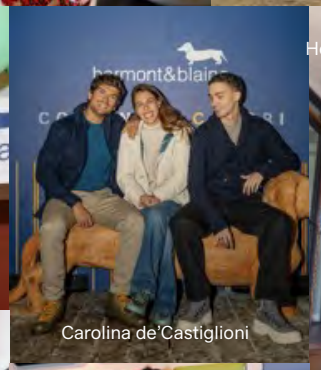

Luca Vezil

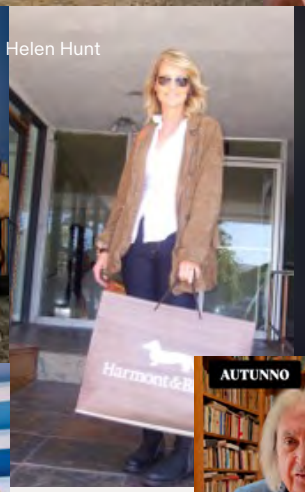

Teresa Pugliese

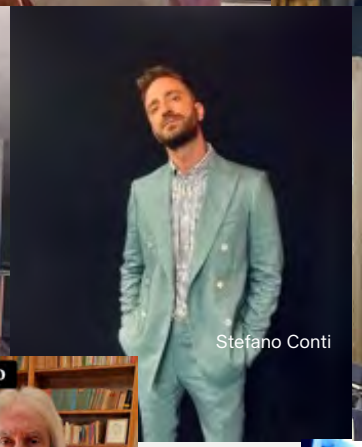

Giada Todesco


Andrea Zenga


Gianluigi Lembo


Carolina de'Castiglioni


Helen Hunt


Stefano Conti

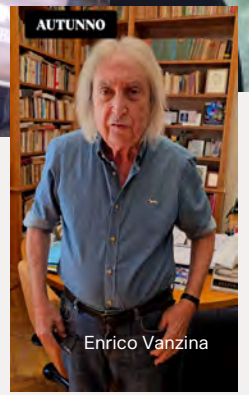

Massimiliano Rosolino


Silvester Stallone

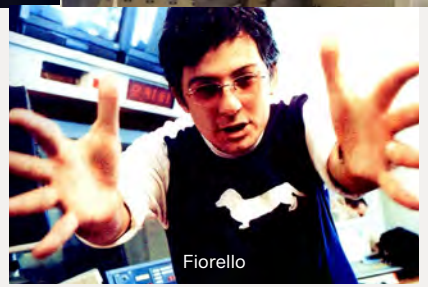

Paolo Bonolis


Elle Mcpherson


Alessandro Gassman



Enrico Vanzina


Fiorello

Sostenibilità

La sostenibilità è un valore fondamentale della filosofia di Harmont&Blaine; la sua visione green interessa più livelli del business, dalla progettazione delle collezioni alla selezione dei partner, dai processi di lavorazione e produzione ai contenuti di marketing creati per i canali retail e digitali.

Eco Cashmere

È la capsule di maglie morbide, calde ed essenziali, interamente realizzate in Italia utilizzando il 50% di fili di cashmere puro e il 50% di fibre riciclate derivanti dal cashmere residuo di produzione.

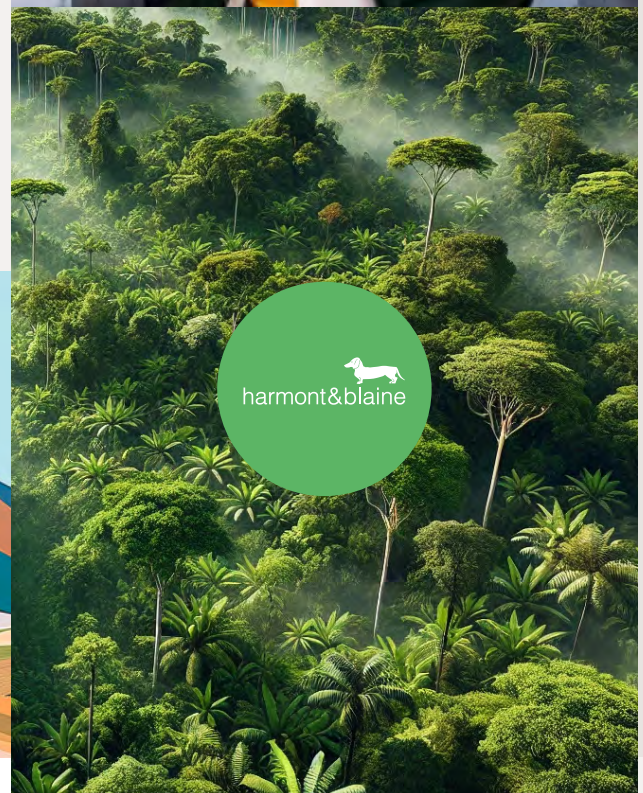
Eco Sneakers

Le sneaker dal design responsabile sono costruite con una tomaia in pelle vegetale abbinata ai lacci in cotone organico e alla suola EVA in materiali riciclati.









HARMONT & BLAINE FOREST
VERSO UN FUTURO VERDE, UN ALBERO ALLA VOLTA.

Harmont&Blaine, come parte del proprio impegno per la sostenibilità e la responsabilità sociale, sceglie di partecipare allo sviluppo di progetti sostenibili in collaborazione con *Treedom*, la prima piattaforma digitale al mondo che permette di piantare alberi a distanza e seguire online la storia del progetto che contribuiranno a realizzare.

Nel 2024 è nata la prima *Foresta Harmont&Blaine* in Ecuador, attraverso la piantumazione di 1.000 alberi da frutto, che proseguirà poi nel 2025 con 250 alberi in Guatemala.

Attività di *Social Responsability*





LILT
SHOPPING SOLIDALE

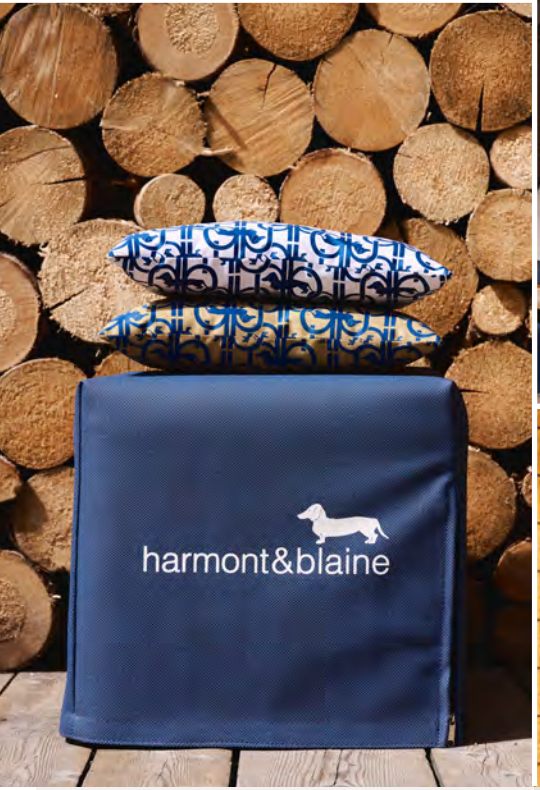
Harmont&Blaine sostiene ogni anno la Campagna Nastro Rosa di LILT con speciali giornate di “Shopping Solidale”, devolvendo il 10% delle vendite alle iniziative di prevenzione del tumore al seno.

IEO MONZINO
FOLLOW THE BLUE

Harmont&Blaine ha aderito alla campagna “Follow the Blue” della Fondazione IEO-MONZINO, devolvendo il 20% delle vendite di una felpa blu, appositamente realizzata per l’iniziativa, per promuovere la sensibilizzazione sulla prevenzione e lo screening dei tumori maschili. Il team Harmont&Blaine ha promosso la campagna attraverso attivazioni social e digitali, coinvolgendo diversi talenti e amici del marchio.









La Partnership con *Chalet Tofane - Cortina*

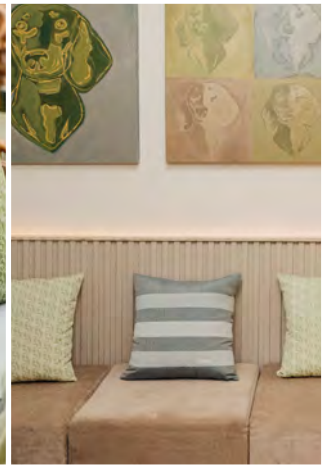
Harmont&Blaine amplia la propria visione lifestyle con una partnership triennale che guarda alle montagne e ai grandi eventi internazionali.

Il progetto prevede la personalizzazione degli ambienti dello Chalet Tofane, destinazione iconica delle Dolomiti, amata tanto dagli appassionati degli sport invernali quanto da chi esplora la natura e i paesaggi unici della regione tutto l'anno.

La filosofia "Vivere a Colori" si integra con l'atmosfera calda e accogliente dello Chalet. Dalle insegne esterne alle decorazioni delle vetrine, dalle sculture in legno del bassotto — realizzate da artigiani locali — fino alle grafiche nelle aree di accoglienza e ai totem a forma di sci.
Anche le divise dello staff sono disegnate ad hoc, con capi e accessori tratti dalle collezioni stagionali di Harmont&Blaine, portando l'identità del brand in ogni dettaglio dell'esperienza.













La Partnership con *il Bar Tiberio - Capri*

L'eleganza smart casual di Harmont&Blaine incontra il glamour senza tempo di Capri: il brand del bassotto inaugura una collaborazione esclusiva con il Bar Tiberio, iconico locale della Piazzetta caprese.

Il Brand ha ridisegnato l'estetica del locale, personalizzando tutti gli elementi di arredo – tende, ombrelloni, tovaglie e sedute – con i suoi iconici tessuti e una selezione di colori morbidi, eleganti ed estivi con la striscia e il monogram di brand.

Una collaborazione prestigiosa e continuativa che consolida la visibilità del brand in un contesto altamente qualificato e coerente con i suoi valori.
Un progetto multi-stagionale che parte dall'estate 2025 e supera la semplice sponsorizzazione per trasformare lo spazio in un tributo autentico alle mete resort che ispirano le collezioni Harmont&Blaine.

Cuore pulsante della vita caprese, il Bar Tiberio diventa così il palcoscenico ideale di una nuova fusione tra stile contemporaneo e tradizione italiana.









Harmont & Blaine e *lo Sport*

Il legame di Harmont&Blaine con il mondo dello sport, in particolare con il calcio, nasce dalla grande amicizia tra i fondatori dell'azienda e Fabio Cannavaro, ex capitano della nazionale italiana, napoletano doc e stimato style ambassador del brand.

Questa lunga amicizia ha portato l'azienda a supportare la Fondazione Cannavaro Ferrara, fondata a Napoli da Ciro Ferrara e dallo stesso Cannavaro per offrire concreti programmi educativi e sanitari ai giovani meno fortunati o emarginati a causa della povertà e del disagio sociale.

Da Settembre 2020 a Giugno 2022 il brand è stato Official Style Partner di AC Milan Club e sostenitore delle iniziative benefiche sponsorizzate da Fondazione Milan.

Il 2024 segna l'inizio di una nuova avventura nel mondo delle partnership sportive: Harmont & Blaine diventa Official Style Partner della prima squadra femminile del club AS Roma, confermando il legame del brand con il mondo del calcio e il suo significativo coinvolgimento nell'ambito dello sport femminile.

harmontblaine.com