**Lietuviškam prekės ženklui „The Knotty Ones“ vadovaus Sergio Azzolari**

**Lietuviškas aprangos prekės ženklas „The Knotty Ones“ skelbia apie reikšmingą pokytį – įmonei nuo šiol vadovaus Sergio Azzolari, turintis daugiau nei trijų dešimtmečių patirtį aukštosios mados industrijoje. Prieš prisijungdamas prie „The Knotty Ones“, jis vadovavo tokiems pasaulyje žinomiems prekių ženklams kaip „Roberto Cavalli“, „Dsquared2“ ir „Hogan“.**

S. Azzolari karjerą pradėjo Azijos ir Ramiojo vandenyno regione, tačiau ilgainiui tapo tarptautinės mados rinkos dalimi – vadovavo komercinėms ir strateginėms funkcijoms Europoje, Azijoje ir Šiaurės Amerikoje. Pastaruosius kelerius metus jis vadovavo Italijos prabangos grupės „Tod‘s“ prekių ženklams, vėliau buvo paskirtas „Dsquared2“ generaliniu direktoriumi. 2023 m. S. Azzolari ėmė eiti „Roberto Cavalli“ vadovo pareigas, kur jo užduotis buvo sustiprinti prekės ženklo pozicijas tarptautinėje rinkoje.

„Prisijungiu prie „The Knotty Ones“ su dideliu entuziazmu – tai unikalus prekės ženklas, kuriame vertybės dera su šiuolaikiniu dizainu ir pagarba unikaliam amatui – mezgimui. Europa šiandien atsigręžia į šiaurietišką estetiką ir sąmoningesnį vartojimą – vis daugiau žmonių ieško ilgaamžių, atsakingai pagamintų drabužių. Šios tendencijos tik stiprėja ir, tikiu, tęsis ilgai, todėl „The Knotty Ones“ turi visas galimybes sulaukti didelės tarptautinės sėkmės“, – sako naujasis vadovas.

„The Knotty Ones“ įkūrėjos – Akvilė Meškauskaitė-Dobrajs, Sandra Pangonytė ir Danutė Rasimavičiūtė – teigia, jog išorinio vadovo įsitraukimas leis įmonei pasiekti dviženklį augimą, ieškant nestandartinių plėtros kelių, ir atverti duris į iki šiol nepasiektas eksporto rinkas. Kartu su finansiniu augimu tikimasi dar labiau sustiprinti ir socialinį poveikį bei sudaryti dar geresnes sąlygas mezgėjoms.

2017 m. įkurtas prekės ženklas „The Knotty Ones“ grindžiamas ne masine gamyba, o daugiau nei 70 mezgėjų Lietuvoje darbu – jos kuria rankomis, sau tinkamu ritmu ir grafiku. Naudojamos žaliavos yra natūralios, be plastiko. Prekės ženklo estetika remiasi Baltijos gamta, baltų mitologijos elementais, o jo sėkmė tarptautinė – apie 70 procentų produkcijos šiuo metu nuperkama už Lietuvos ribų.

Pasak S. Azzolari, artimiausiu metu jis sieks sustiprinti „The Knotty Ones“ žinomumą ir Lietuvoje.

„Šiandien Lietuvoje nėra aiškaus lyderio mados prekių ženklų segmente – tai ambicinga niša, kurią, tikiu, galime užimti ir nešti Lietuvos vėliavą visame pasaulyje. Sieksime tapti prekės ženklu, kuriuo didžiuojamasi taip, kaip lietuviai didžiuojasi savo technologijų startuoliais. Mūsų kelias – ne masiškumas, o išliekanti kokybė, autentiškumas ir tikrumo pojūtis, kurio šiandien madoje ieško vis daugiau žmonių“, – tvirtina S. Azzolari.

Daugiau informacijos:

Akvilė Dargužė

+370 672 83184

[akvile.d@coagency.lt](mailto:akvile.d@coagency.lt)