

Barberino's sbarca a New York: al via il nuovo progetto di internazionalizzazione per portare l'arte della barberia italiana nel mondo

A guidare il nuovo shop di Madison Avenue sarà un barber italiano, che porrà le basi per un progetto di apprenticeship bilaterale che darà la possibilità ai barbieri italiani e statunitensi di vivere esperienze di lavoro e formazione nei due Paesi

Dopo aver consolidato la sua presenza in Italia, dove vanta 18 barber shop all'attivo, [Barberino's](#), la catena di barbershop che sta rivoluzionando la professione del barbiere nel nostro Paese, **arrivanegli Stati Uniti**, dando il via al **nuovo processo di internazionalizzazione** che contribuirà a portare l'arte della barberia italiana al di fuori dei confini nazionali.

Con questo obiettivo, infatti, aprirà l'**8 febbraio nel cuore di New York**, al 520 di Madison Avenue, **il nuovo salone firmato Barberino's**.

A due passi dal Rockefeller Center, uno dei più iconici poli commerciali di Manhattan, e dall'Upper East Side, il nuovo barbershop si troverà in un contesto strategico, dove gli uffici e il mondo del business incontrano una delle aree residenziali più eleganti e *cool* della Grande Mela e del mondo.

A credere nel progetto di Barberino's e a supportare i co-fondatori del brand, Michele Callegari e Niccolò Bencini, è **Eric Malka**, co-fondatore del franchise *The Art of Shaving*, che segna così il suo ritorno nel mondo della barberia.

*"Il nostro obiettivo è rivoluzionare la professione del barbiere negli Stati Uniti, proprio come abbiamo fatto in Italia", spiega **Michele Callegari, CEO di Barberino's**. "Con questa nuova apertura vogliamo offrire anche al pubblico americano un luogo nel quale dimenticare il caos della vita quotidiana e rivivere la pausa dal barbiere 'come una volta', grazie anche al tocco, all'eleganza e all'attenzione ai dettagli tipici delle maestranze italiane".*

Eric Malka, che è alla guida Strategic Brand Investments, un "Angel Fund" che fornisce capitali e supporto alle aziende in early-stage, afferma: *"Quando abbiamo scoperto Barberino's, mi è stato chiaro che si trovava in una posizione perfetta per guidare la nuova ondata di barbershop di lusso negli Stati Uniti. La chiusura di The Art of Shaving Barber Spa in centro città è stata per noi l'occasione ideale per entrare nel mercato americano ed elevare lo standard delle esperienze di grooming in zona"*.

Il barber shop Barberino's di Madison Avenue prenderà infatti posto di una delle sedi di The Art of Shaving, che ha chiuso i battenti a gennaio. All'interno del nuovo shop newyorkese di 70 mq e con 3 postazioni verranno offerti **i servizi, l'atmosfera** — con l'immane e inconfondibile verde del brand — **e i prodotti firmati Barberino's**, ma con una proposta studiata su misura per gli ospiti americani. Ad affiancare l'esperienza in negozio ci sarà inoltre un **sito internet**, creato appositamente per il pubblico statunitense.

Il legame tra Barberino's e gli USA è molto profondo. Era il 1910 quando **Giovanni Callegari**, bisnonno di Michele Callegari, lasciò l'Italia alla volta degli Stati Uniti, dove trovò lavoro come barbiere e, grazie alla sua maestria, divenne presto famoso con il nome "Barberino". È proprio in omaggio all'eredità di Giovanni Callegari che lo stesso stile, la stessa qualità e la stessa attenzione ai dettagli vengono oggi riproposti con il marchio *Barberino's*, realizzando un sogno che unisce due Paesi e due generazioni.

A guidare il nuovo salone newyorkese sarà **un barber italiano**, che si occuperà inoltre della formazione dei professionisti statunitensi, per amalgamare competenze e conoscenza della clientela e offrire un'esperienza completa e indimenticabile.

Con lo stesso obiettivo Barberino's ha avviato un **progetto di apprenticeship bilaterale** che creerà un continuo dialogo tra barbieri di diverse nazionalità: i barber italiani potranno infatti fare un'esperienza di lavoro e formazione a Manhattan, mentre quelli statunitensi vivranno la stessa opportunità in Italia.

Barberino's supporterà e faciliterà l'intero processo, occupandosi dei permessi necessari e mettendo a disposizione alloggi dedicati a questo particolare interscambio culturale e professionale.

Da una parte, **Barberino's colma un vuoto nel settore della barberia** negli Stati Uniti, dall'altra il supporto e la **guida strategica di Eric Malka** mettono le basi per la crescita oltreoceano del brand e per la rinascita dell'esperienza del grooming statunitense.

Parallelamente al debutto a New York, Barberino's continua a crescere anche in Italia: dal 6 febbraio infatti apre un nuovo **pop-up store a Roma** all'interno della **Rinascente di Via del Tritone**, con una postazione da barbiere. Il pop-up offre gli stessi **servizi di grooming** (barba, capelli e viso) proposti negli altri negozi Barberino's d'Italia, come sempre studiati ad hoc per garantire la soddisfazione di ogni ospite e per valorizzare il tempo come elemento di benessere. Oltre alla possibilità di regalarsi un'esperienza di lusso grazie alla maestria dei Barber e ai prodotti di Barberino's, sarà possibile partecipare anche ad eventi dedicati al grooming maschile.

Chi è Barberino's

Barberino's è la catena che sta rivoluzionando la professione del barbiere in Italia. Permette di vivere un'esperienza d'altri tempi e di lusso, ma allo stesso tempo accessibile. Quella proposta dai barbershop Barberino's è un'esperienza a 360 gradi. Infatti, ai punti vendita sul territorio italiano si aggiungono un Barber Corner itinerante, partner di marchi importanti, e una linea di prodotti composta da oltre 30 proposte, tra balsami barba e rasoi in legno, sviluppate in collaborazione con le principali aziende italiane del settore e in vendita sull'e-shop di Barberino's. Inoltre, la qualità del servizio è garantita dalla Barberino's Barber School, percorso di formazione che vanta i migliori formatori italiani.

About Strategic Brand Investments

Strategic Brand Investments (SBI) è un Angel Fund fondato da Eric e Myriam Malka, noti per il loro successo imprenditoriale con The Art of Shaving, acquisita da Procter & Gamble/Gillette. Grazie all'esperienza nel settore dei beni di consumo di fascia alta e della vendita al dettaglio di lusso, SBI aiuta le aziende in early-stage a crescere con business scalabili e redditizi. SBI fornisce capitali abbinati a una guida e a un supporto operativo, aiutando i partner a superare le tipiche sfide imprenditoriali e avviandoli al successo. SBI è specializzata nella promozione di brand che si distinguono per ingredienti naturali di alta qualità, packaging inconfondibile e storie avvincenti. SBI si impegna a investire in marchi che ricordano ai consumatori l'importanza della salute e che contribuiscono positivamente alla salute umana e del pianeta.

Ufficio

Press Play - Comunicazione e Pubbliche Relazioni - www.agenziapressplay.it
Cecilia Bricchi | +39 347 9492360 | cecilia.bricchi@agenziapressplay.it
Federica Spinelli | +39 3406670568 | federica.spinelli@agenziapressplay.it

stampa

Barberino's

Ufficio stampa Strategic Brand Investments

Janette Barredo | 1-561-512-9509 | barredojanette@icloud.com