

Economia - *Jesurum veste il lusso veneziano: accordi con Cipriani e Danieli, fatturato raddoppiato in cinque anni*

Venezia - 06 ott 2026 () **La storica maison porta la sua biancheria artigianale in due simboli dell'ospitalità lagunare. Da gennaio un portafoglio nel settore alberghiero di 700 mila euro. Paola Cimolai: «Far conoscere la nostra storia e il valore del Made in Italy».**

Il lusso di un albergo si riconosce anche nei dettagli: la consistenza di un lenzuolo, la lavorazione di un asciugamano, un tovagliato pensato per dialogare con gli ambienti. È su questo terreno che Jesurum Venezia 1870 amplia la propria presenza nell'ospitalità di alta gamma, attraverso due contratti di fornitura con il Cipriani, Belmond Hotel, e l'Hotel Danieli Venezia, a Four Seasons Hotel. Per la storica maison veneziana, specializzata nella biancheria di lusso per la casa, gli accordi rappresentano un passaggio nel piano di crescita avviato nel 2021. Secondo i dati comunicati dall'azienda, il fatturato è raddoppiato in cinque anni, mentre il portafoglio del comparto alberghiero ha raggiunto, da gennaio a oggi, 700 mila euro. Le nuove forniture sono realizzate interamente in Italia e progettate su misura, seguendo l'identità e le caratteristiche delle due strutture. Al Cipriani, Jesurum ha curato la biancheria da camera e da bagno per tutte le 79 sistemazioni, comprese le suite, oltre al tovagliato del ristorante stellato Oro, realizzato in collaborazione con l'architetto Peter Marino. Per il Danieli, il lavoro ha riguardato una linea di lenzuola e asciugamani destinata alle suite speciali. Il progetto, articolato in quattro varianti di colore, è stato sviluppato in relazione alla storia e ai caratteri del palazzo. La collaborazione con il Danieli si estende anche ai prodotti per la cura dell'ospite: una linea esclusiva a marchio Jesurum, con una fragranza dedicata all'albergo, comprende shampoo, balsamo, bagnoschiuma, sali da bagno e altri prodotti per il benessere. Un ampliamento dell'offerta che affianca alla tradizione tessile una nuova attenzione all'esperienza del soggiorno. Alla guida della maison c'è Paola Cimolai, presidente e amministratrice delegata, che dal 2021 porta avanti il percorso di sviluppo insieme alla sorella Carla e a Filippo Olivetti. La strategia punta sulla crescita del fatturato e sul consolidamento nei mercati degli alberghi e delle crociere di lusso. Tra le realtà nelle quali l'azienda segnala la propria presenza figurano anche il Passalacqua, sul lago di Como, e le navi Crystal ed Explora. «Siamo molto soddisfatti del percorso fatto», dichiara Cimolai. «Jesurum era già un nome riconosciuto nella nicchia del lusso internazionale. Entrare in hotel di questo livello ci permette di entrare in contatto con un pubblico più ampio». La presenza negli alberghi diventa così anche uno strumento per far conoscere il marchio. «Non conta soltanto il prestigio di essere presenti nel mondo del lusso: conta soprattutto la possibilità di far conoscere la nostra storia, il nostro saper fare e il valore del Made in Italy», aggiunge la presidente. L'attività si sviluppa oggi attraverso due linee complementari. Bespoke risponde alle richieste di yacht, residenze e aerei privati, con una produzione interamente sartoriale. Hotellerie conserva la realizzazione italiana, con un'organizzazione capace di

sostenere volumi più consistenti. La crescita nel settore alberghiero comporta anche precise sfide produttive. L’azienda evidenzia margini più contenuti rispetto ad altri canali e costi legati alla scelta di mantenere tutte le lavorazioni in Italia. A questi fattori si aggiunge la difficoltà di trovare e formare nuove professionalità artigiane, necessarie per dare continuità alle competenze della maison. Per Cimolai, il radicamento veneziano resta il punto fermo del progetto: «Il valore del nome Jesurum nasce dalle sue origini veneziane e dal Made in Italy. È un legame con il territorio che per noi rappresenta la vera forza». Una scelta che accompagna anche l’espansione commerciale: «La nostra volontà è rimanere esattamente dove siamo e continuare a puntare sulla qualità».

di Andrea Valenti Martedì 06 Ottobre 2026