

Progetti

# Della Valle: «Tod's e Lamborghini insieme nel segno dell'Italian style»

I due brand sveleranno stasera alla Leopolda la prima collezione di calzature nata dalla partnership siglata in febbraio. L'evento è il first step di una collaborazione che vedrà la realizzazione di pelletteria e abbigliamento. **Tommaso Palazzi**

«I nostri due marchi rappresentano il vero Italian lifestyle». Così **Diego Della Valle** sintetizza lo spirito che anima la partnership tra **Tod's** e la casa automobilistica fondata a Bologna nel 1963 (vedere *MFF* del 17 febbraio). Un progetto che sarà svelato, a partire dalle 17 di stasera, con la sua prima incarnazione nel corso di un esclusivo cocktail alla **Stazione Leopolda**. «Lamborghini rappresenta la massima espressione del design e della ricerca tecnologica nello scenario mondiale dell'automobilismo», prosegue. Per il lancio della collezione, è stato scelto **Pitti uomo** a Firenze, un appuntamento immancabile per lo stile maschile. La collezione si declinerà su due modelli, l'iconico gommone e la sneaker. Artigianato e tradizione italiana incontrano ricerca tecnologica e innovazione, per due modelli che si declinano nei colori bandiera dei due brand, arancione e verde, a cui si aggiunge il blu. Toni che si ritrovano in soluzioni all-over o solamente in



Da sinistra, Diego Della Valle assieme a Stephan Winkelmann

dettagli che caratterizzano i modelli total black. «Tod's è stata fondata all'inizio del secolo scorso da un artigiano appassionato e

visionario. Circa 50 anni dopo, **Ferruccio Lamborghini** ha realizzato il suo sogno e ha fondato un'azienda mossa dalla stessa visione e passione, con un impegno incessante per la ricerca e l'innovazione», ricorda **Stephan Winkelmann**, chairman e ceo di **Automobili Lamborghini**. L'allestimento alla Leopolda punterà a valorizzare la prospettiva dello storico spazio, grazie a elementi realizzati in un'unica cromia, l'arancione. Protagonisti assoluti, la collezione, esposta in tutte le sue varianti, e due Lamborghini Revuelto, a sottolineare la sinergia e l'incontro dei due mondi. Alla Leopolda, inoltre, approderà anche una parte dei laboratori artigianali di Tod's, che con la sapienza degli artigiani darà visibilità alla maestria del cucire e assemblare il gommone. «Lamborghini rappresenta la massima espressione del design e della ricerca tecnologica nello scenario mondiale dell'automobilismo», considera Della Valle. A unire i due marchi non è solo l'esclusività di un pro-

dotto realizzato alla perfezione, ma l'eccellenza della tradizione dei distretti industriali italiani: quello delle calzature per l'azienda marchigiana degli iconici gommone e quello della Motor valley per la scuderia di Sant'Agata Bolognese. «La cura dei dettagli e la continua ricerca e innovazione sono valori che uniscono la filosofia dei nostri due marchi». Continua a correre a doppia cifra la crescita di **Tod's group**. Nei primi nove mesi dell'esercizio 2023 il fatturato consolidato del gruppo del lusso marchigiano è ammontato a 828,4 milioni di euro, in crescita del 14,3% annuo (vedere *MFF* del 9 novembre). E per l'intero esercizio, come già nel 2022, il gruppo sfonderà la soglia del miliardo di euro di fatturato. Non c'è ancora una data ufficiale per il rilascio delle prime collezioni di leather goods e abbigliamento del tandem **Tod's for Automobili Lamborghini**, ma tutto lascia presagire che i primi drop vedranno la luce nell'anno in corso. (riproduzione riservata)

Iniziativa

## La moda scandinava in mostra alla Fortezza

Scandinavian manifesto porta varie conferme e nuove proposte del menswear nordico a Firenze. Tra i marchi in esposizione Adnym, Isnurh e Rue de Tokyo. **Matteo Zhu**

Tante riconferme e tante nuove proposte arrivano in Italia. **Scandinavian manifesto**, focus menswear degli stilisti provenienti da Danimarca, Svezia e Norvegia torna alla 105ª edizione di **Pitti immagine uomo**. Lo show-case, una delle partnership internazionali più consolidate della kermesse avviata nel giugno 2018, presenta alle Costruzioni lorenese una selezione di brand e designer dal gusto nordico composta da **Adnym**, **Annarr**, **Aveny**, **Isnurh**, **J. Lindeberg**, **Les Deux**, **Mark Kenly domino**, **Past tense**, **Rue de Tokyo**, **The Original playboy 1936** e **Won hundred** in collaborazione con **Ciff x Revolver Copenhagen**, la piattaforma fieristica di riferimento per i marchi di moda scandinavi in scena nella capitale danese. Si riconferma **Adnym**, il brand genderless fondato nel 2016 da **Frippe Persson**, **Stefan Söderberg** e **Johni Tadi** che porta in scena creazioni con materiali di qualità e forme moderne, con un'estetica nordica e minimalista combinata con le silhouette e le colorazioni del Medio Oriente, in particolare di Beirut, prestando particolare attenzione alla sostenibilità. «Non scendiamo mai a compromessi sulla



Kasper Todtberg e Oliver Abrenica

qualità e sui tessuti, creando capi senza tempo che vorrai indossare per molti anni. Vogliamo essere in contrasto con il fast fashion in un mondo che gira sempre più velocemente con sempre meno riguardo a ciò che lasciamo alle generazioni future», hanno commentato **Persson** e **Söderberg**. Ritorno anche per **Rue de Tokyo** che porta in Fortezza la combinazione dell'estetica danese, l'attenzione ai dettagli del Giappone e l'impegno per l'artigianato e il rispetto per le arti della Francia. Fondato nel 2016 da **David Andersson Sahlin**, il brand è un racconto ispirato alla vita del designer e ai suoi viaggi tra Parigi, Firenze e Copenaghen. «Voglio che i vestiti ti facciano sentire bene sia che tu sia in vacanza o al lavoro», ha commentato **Sahlin**. Arrivata la riconferma anche per **Isnurh**, il marchio creato nel 2017 dal duo **Kasper Juhl Todtberg** e **Oliver Abrenica** che celebra la circolarità della moda e fonde elementi del minimalismo scandinavo con l'artigianato. Le collezioni promuovono valori eco-friendly e basano la lavorazione e la scelta dei materiali su principi semplici ed efficaci come qualità, responsabilità e sostenibilità. (riproduzione riservata)

Sostenibilità

## LA PELLE GIAPPONESE ORA SI TINGE DI GREEN

Japan leather showroom ha selezionato quattro label del Paese impegnate nel conciliare design, eticità e la lunga tradizione locale nell'artigianato

Creatività, sostenibilità e artigianato sono le tematiche sulle quali il **Japan leather showroom** vuole accendere i riflettori. Il progetto, guidato dal **Ministero giapponese dell'economia, del commercio e dell'industria** che promuove la produzione sostenibile nell'asset conciarario del Paese, porta in fiera una selezione di brand made in Japan impegnati nel conciliare design e sostenibilità. Nella Sala delle Nazioni, all'interno della sezione Superstyling, **Japan leather showroom** apre così una finestra sulle realtà dell'artigianato nipponico portando in fiera gli accessori in pelle firmati da quattro label selezionate. Arrivano così a Firenze le sneakers firmate **Brightway**. Le scarpe realizzate in una storica fabbrica di Osaka, concepite dal fondatore del brand **Seiichiro Ueda** «per essere apprezzate per almeno dieci anni», presentano un'estetica minimal e senza tempo. La label, in linea con l'idea della du-

bilità del prodotto, offre un servizio di riparazione completo che consente la sostituzione della suola. Unisex e per tutte le età, **Numero 1** porta in fiera un modello che coniuga tecnologia e solidità. Proporre un nuovo standard di calzature in pelle per la sneakers generation è l'obiettivo di **Regal shoe&co**, progetto nato dalla costola dello storico brand **Regal**, la cui origine affonda le radici nella produzione di stivali militari. Resistenza e qualità dei materiali che vengono applicate ora a modelli più contemporanei. E infine l'artigianalità delle proposte di **The shoe of life by H.Katsukawa**, brand del designer nipponico che vanta una lunga esperienza nel settore della calzature, maturato nella bottega del calzolaio inglese **Paul Harnden**. Riprogettare, riparare e ridurre, sono l'anima della quarta label protagonista del progetto ospite della manifestazione fiorentina. (riproduzione riservata)



Un modello firmato Numero 1

calzature, maturato nella bottega del calzolaio inglese **Paul Harnden**. Riprogettare, riparare e ridurre, sono l'anima della quarta label protagonista del progetto ospite della manifestazione fiorentina. (riproduzione riservata)

Michela Frau