

Nomine

Roberto Cavalli fa la corte a Fausto Puglisi

Secondo quanto risulta a *MFF*, il marchio del miliardario di Dubai Hussai Sajawani avrebbe arruolato lo stilista siciliano come direttore creativo per il suo nuovo corso. **Chiara Bottoni**

La nuova **Roberto Cavalli** comincia prendere forma. Dopo la recente nomina di **Ennio Fontana** in qualità di direttore generale (vedere *MFF* del 20 ottobre), si apre la rosa di artefici del futuro creativo del marchio passato a fine 2019 nelle mani del miliardario **Hussain Sajawani**, fondatore e presidente del colosso del real estate di **Dubai Damac properties**. Secondo quanto risulta a *MFF*, uno dei nomi presi in considerazione per tracciare il futuro stilistico della casa di moda sarebbe quello di **Fausto Puglisi**, stilista siciliano da sempre legato al mondo delle celebrities. La sua estetica bold, frutto del mix tra le origini italiane e la cultura americana, ha infatti conquistato star internazionali come **Madonna**, **Beyoncé** e **Nicki Minaj** e molte star di Hollywood. Contattata da *MFF*, l'azienda ha risposto con un: «No comment». Nato a Messina, Puglisi rimane affascinato dal mondo della moda ancora adolescente e si trasferisce



Da sinistra, un look Roberto Cavalli e Fausto Puglisi

in America nel 1999. È qui che il creativo affina la sua estetica che lo conduce a dare vita alla label che porta il suo nome nel 2010, una volta tornato in Italia. Label oggi venduta in oltre 160 boutique worldwide e conosciuta per un'immagine strong, tra decori strong, colori vivaci e richiami alla cultura mitologica. La collaborazione con Roberto Cavalli sarebbe

la seconda direzione creativa di un marchio, oltre a quello personale. Nel 2013, infatti, Puglisi ha debuttato alla fashion week di Parigi come direttore creativo di **Ungaro**, dove è rimasto per alcune stagioni. Dopo l'addio di **Paul Surridge**, nel marzo del 2019, il Roberto Cavalli è rimasto senza un direttore creativo per diverse stagioni. (riproduzione riservata)

Iniziativa

LA MODA SPINGE SULL'UPCYCLING

Wear me 30 times è l'iniziativa presentata ieri a Milano nata per incentivare un consumo più etico dei capi, allungandone il ciclo vitale

Wear me 30 times fa il suo debutto ufficiale sulla scena fashion internazionale. Lanciata ieri a Milano, si tratta di un'iniziativa nata per aiutare i consumatori ad abbattere gli effetti del climate change incentivando un consumo sostenibile dei capi di abbigliamento. **Maakola**, fashion brand sostenibile, e l'azienda tech **Genuine way** hanno creato così uno strumento digitale che, anche sfruttando un format simile alle challenge famose sui social, esorta tutti i consumatori di estendere la vita di un capo da meno di 10 volte a un minimo di 30. Quando un cliente dimostra di aver utilizzato un capo almeno 30 volte riceverà una sorpresa, che può spaziare da un buono sconto fino ad un prodotto omaggio. Secondo **McKinsey** nel 2014 sono stati acquistati il 60% in più di capi che nel 2010, ma la durata della loro vita è stata ridotta di più della metà. **Wear me 30 times** aiuta consumatori e brand ad agire insieme contro il climate change. L'urgenza di un cambiamento significativo nel comportamento dei consumatori, responsabili del 20% delle emissioni di gas serra del fashion, ha spinto Maakola e Genuine way a creare un'etichetta all'interno dei capi che permette di tenere traccia di quante volte questi sono stati indossati. Grazie a questa iniziativa consumatori e griffe possono agire insieme contro il climate change e contribuire all'abbattimento del 4% delle emissioni globali dei gas serra per cui è responsabile il mondo della moda. «(riproduzione riservata)»



Una foto di Wear me 30 times

Tiziana Molinu

Progetti

SCAVOLINI LANCIA LO SMARTLIVING CON DANDY PLUS

La cucina by Fabio Novembre sarà venduta online e integra l'hi-tech di BTicino e Alexa di Amazon

Un progetto che unisce concetti simbolo di questo periodo storico, ovvero fluidità, connettività e atteggiamento smart. È quello che **Scavolini** promuove con il lancio di **Dandy plus** by **Fabio Novembre**. Una nuova cucina che integra la tecnologia **BTicino**



Dandy plus by Fabio Novembre

living now e **Alexa** di **Amazon**, ma promuove anche il canale di vendita online, pensato per le nuove generazioni. Non solo, la cucina di Scavolini oggi si allarga nella casa fino ad abbracciare la zona giorno e perfino il bagno. E così quello domestico diventa un ambiente vocato allo **Smartliving**. «Questa cucina nasce nel solco di una tradizione del design che evoca gli anni 80 per il colore e il rimando al nome **Dandy**, ma acquisisce oggi una coscienza in più, un significato di sostenibilità per diventare un'icona pop», ha spiegato **Fabio Novembre** durante una presentazione virtuale. Il disegno si presenta molto lineare con accenti di colore brillante e un elemento di raccordo, ovvero una **Task bar** attrezzata sulla quale si colloca il dispositivo altoparlante intelligente che, attraverso **BTicino living now**, controlla le funzioni domestiche della casa. «Questo nuovo prodotto apre le porte alla contemporaneità sia perché è il primo progetto di arredo che integra la tecnologia di **Amazon** e poi perché è pensato per essere venduto su Internet», ha affermato **Fabiana Scavolini**, ad dell'azienda. «Nel 2017 siamo stati la prima realtà che ha dato il via a un'e-commerce per la cucina e ora implementiamo questo canale di vendita. Nel 2021 ci saranno altre novità». All'acquisto online vengono integrati tutti i servizi offline come quello di consulenza e di montaggio. (riproduzione riservata)

Cristina Cimato

Investimenti

OSCAR GARAVANI, ACQUISIZIONE NEI LEATHER GOODS

Il nipote di Valentino ha rilevato il 50% di Pelletteria Modigliani per sviluppare una produzione diretta

Oscar Garavani, nipote dello stilista **Valentino**, ha acquisito la metà delle quote azionarie della **Pelletteria Modigliani** di Carinaro (Caserta) per potenziare la produzione delle sue borse a marchio **Garavani** e **Oscar Garavani**. «L'obiettivo», ha raccontato a *MFF*, «è investire nella produzione diretta e made in Italy, nell'ottica del reshoring. C'è un disegno di sviluppo e, per realizzarlo, mi sono unito a **Fabrizio Adinolfi**, titolare dell'azienda che già produce per grandi marchi internazionali».



Una borsa Oscar Garavani

In **Modigliani**, che dispone di una fabbrica da 2.500 metri quadrati nella zona industriale di Carinaro, vengono prodotti circa 10 mila pezzi di pelletteria al mese, con rapporti consolidati con marchi come **Kiton**, **Berluti**, **O bag** e per lo stesso **Oscar Garavani**. L'ultimo brand entrato nel portfolio di **Modigliani** è **Sofyemkler**, firmato dalla stilista catanese **Sonia Musumeci**. Nella sua carriera, Garavani ha collaborato con diversi marchi dell'alta moda, da **Fendi** a **Dior** fin allo stesso **Valentino**, e con il tempo afferma di aver sentito il bisogno di stringere i rapporti con una realtà produttiva «per essere più coinvolto in tutti i processi e poter valutare le decisioni fin dalle scelte dei materiali», ha precisato lo stilista, che è anche fondatore e titolare di **Global model & models agency**, nata nel 1989, e della **Garavani fashion Italy**, costituita nel 1998. L'unione con **Pelletteria Modigliani** permetterà a **Oscar Garavani** di disporre di un partner produttivo controllato con certificazione **Sa 8000** e di poter sviluppare una produzione aggiuntiva destinata alla vendita online su piattaforme dedicate ai brand principali della moda. (riproduzione riservata)

Andrea Guolo

Debutti

Kim Jones svela le nuove **B27** di **Dior**



È un concentrato di ispirazioni del passato unite alla modernità di **Kim Jones**, la nuova sneaker **B27** dell'uomo di **Dior**. Il direttore creativo del menswear della maison di **Lvmh** l'ha ideata prendendo spunto dalle scarpe da tennis in voga negli anni 80, ma anche dalle calzature predilette dagli skateboarder, conferendogli un'allure moderna e sportiva. Non manca tuttavia il touch very **Dior**, che si ritrova negli inserti della sua stampa **Oblique** e **Galaxy** in jacquard accostato alle pelli di vitello e nabuk. Ma anche occhietti dei lacci, che formano il logo **CD**, mentre il nome della maison è impresso a rilievo sul tacco e inscritto sulla suola. I modelli **Dior B27** saranno disponibili a partire da novembre negli store della maison. (riproduzione riservata)

Sara Rezk