



LUSSO ALL'EUROPEA



Bernard Arnault

Consapevole dell'importanza dell'industria del lusso come volano per la crescita europea, la UE ha attivato un piano operativo che fa seguito allo studio pubblicato nel Maggio scorso su *"I comparti culturali e creativi del lusso per la crescita della creatività in Europa"*. In quest'ultimo rapporto viene menzionato in particolare il gruppo francese **LVMH** come paradigma d'eccellenza, al fine di dimostrare che la passione creativa può far competere brillantemente a livello internazionale, mediante il trasferimento di know-how ed investimenti sostenibili. Il Commissario europeo per la Cultura **Androulla Vassiliou** ha affermato: "La Commissione Europea riconosce la valenza strategica dell'industria di alta gamma che si basa su un forte impegno culturale e creativo e ha un forte impatto sulla crescita e la creazione di nuovi posti di lavoro in Europa". Giustamente orgoglioso Bernard Arnault, patron di LVMH, ha apprezzato il riconoscimento del suo modello di business, orientato alla creazione e produzione di beni al altissimo valore aggiunto (molti dei quali realizzati in Italia), tali da trainare le esportazioni europee in tutto il mondo innalzando la reputazione del Vecchio Continente come paladino del "bello ben fatto".

L'IMPRONTA AMBIENTALE DI GUCCI



Museo Gucci

In occasione della recente apertura della Settimana della Moda di Milano, **Gucci** ha siglato un importante accordo con il **Ministero dell'Ambiente** per la valutazione e la riduzione della cosiddetta "impronta ambientale" del settore della moda. La maison fiorentina si è impegnata con il Ministro Corrado Clini a svolgere un monitoraggio costante delle emissioni di CO2 (anidride carbonica) prodotte all'interno della propria filiera produttiva, con l'obiettivo ultimo di limitarle. "Quest'importante iniziativa in collaborazione con il marchio Gucci, un'azienda simbolo del made in Italy di eccellenza - ha affermato Clini all'incontro con la stampa in cui è intervenuto anche **Patrizio di Marco**, Presidente e CEO Gucci - è un ulteriore segnale della crescente attenzione che le imprese italiane stanno rivolgendo alla sostenibilità dei processi produttivi. L'analisi e la riduzione degli impatti delle attività economiche rappresentano un driver non solo ambientale, ma anche un potente strumento di competitività a livello nazionale e internazionale, in un mercato che sempre di più ricerca la sostenibilità anche nei beni di lusso".

AEFFE E PUGLISI PER IL RILANCIO DI UNGARO





Fausto Puglisi

Il gruppo romagnolo Aeffe ha stipulato un importante accordo con **Aimz**, società americana controllata da **Asim Abdullah (pakistano d'origine)**, al fine di rilanciare la storica maison francese **Emanuel Ungaro**. Ad Aeffe, che detiene i prestigiosi brand **Alberta Ferretti**, **Moschino** e **Pollini**, spetta per 7 anni (periodo rinnovabile) la licenza esclusiva per la produzione e distribuzione mondiale delle linee di abbigliamento femminile e degli accessori firmati Emanuel Ungaro, e la facoltà di acquisire una significativa quota di minoranza del capitale sociale quando saranno raggiunti i target stabiliti in comune (entro il 2020). In base all'accordo, Aeffe ha ottenuto il diritto di nominare un nuovo direttore creativo per Ungaro, scegliendo l'ottimo stilista siciliano **Fausto Puglisi**, molto amato da star come **Madonna** e **Katy Perry**. Una decisione molto lungimirante, ci sembra, sia per Aeffe sia per lo stesso Puglisi, che gioverà senz'altro alla riqualificazione del marchio Emanuel Ungaro. "Questo nuovo progetto - ha dichiarato il Presidente della holding romagnola **Massimo Ferretti** - consolida la volontà di espansione della piattaforma creativa e produttiva del gruppo che si concretizza attraverso la ricerca e valorizzazione di brand dal DNA distintivo e di giovani talenti della moda". Il nuovo corso di Ungaro partirà dalla collezione autunno-inverno 2013-14 che debutterà a Parigi nel Marzo del prossimo anno.



CAMBIO DELLA GUARDIA NELLO STILE DI SONIA RYKIEL



Sonia Rykiel

E' Geraldo da Conceicao il nuovo direttore creativo della maison francese **Sonia Rykiel**. Lo stilista canadese nato a Macao, che succede allo scozzese April Crichton, ultimamente era stato design director dell'abbigliamento per la donna di Louis Vuitton, mentre in passato aveva lavorato per Miu Miu e Yves Saint Laurent. **Geraldo da Conceicao** presenterà la sua prima collezione alla fashion week di Parigi nel prossimo Febbraio (A/I 2013-14). Per sottolineare il cambiamento di direzione creativa Sonia Rykiel ha addirittura deciso di annullare la prestigiosa passerella della recente **Parigi Haute Couture** P/E 2013 e optato invece per un défilé davanti a un ridotto gruppo formato da buyer e giornalisti. La nomina del designer è stata decisa in ottica strategica per rilanciare il brand con nuove collezioni e favorire l'espansione in nuovi mercati, in primis quelli asiatici. Inoltre, il super-ingaggio del canadese arriva proprio a seguito dell'acquisizione del marchio Rykiel da parte della Fungs Brand di Hong Kong, che ha lasciato alla famiglia di Sonia solo un 20% di quota.

CI VEDIAMO IN VIA DELLA SPIGA?



Via della Spiga Milano

La milanese **Via della Spiga**, seguendo l'esempio della



“consorella” via Montenapoleone, non solo si è dotata dell’**Associazione “Amici di via della Spiga”**, ma da ultimo ha lanciato il sito www.amiciviadellaspiga.it. **Giovina Moretti**, Presidente della suddetta Associazione (fondata nel 1983 dal marito Roberto), ha così spiegato la “missione”: “La scelta di aprire il sito su via della Spiga vuole far conoscere in tutto il mondo la storia e la bellezza di questa strada che è più di una via”, aggiungendo che “il sito è il primo tassello di una serie di iniziative per comunicare e valorizzare via della Spiga anche in vista dell’Expo del 2015”. Il progetto online è stato varato in occasione della Settimana della Moda con l’intento di promuovere una strada storica che ha conferito ricchezza e prestigio a Milano sin dal XV secolo, quando correva parallela al Naviglio, fungendo da punto di incontro e di scambio tra la città e la campagna. Infatti via della Spiga in passato ospitava numerose botteghe, laboratori artigianali, trattorie tipiche, tutti luoghi in cui oltre al commercio si faceva cultura e si contribuiva a gettare le fondamenta dell’odierno fashion system. Ora la strada è il cuore del Quadrilatero della Moda e, lungo i suoi 520 metri di lunghezza, si affacciano oltre 70 negozi di diverse categorie merceologiche: dai gioielli all’abbigliamento, dalle scarpe al vestiario per bambini, dal design all’oggettistica di pregio.



A VOLTE RITORNANO



Guru

Matteo Cambi, *ex-enfant terrible* della moda italiana degli anni '90, è rientrato nel team di **Guru** per occuparsi in prima persona della comunicazione di prodotto e di marchio dell'azienda parmigiana, finita nel 2008 nelle mani dell'indiana **Bombay Rayon Fashion Limited**, dopo le ben note vicende giudiziarie (e umane) degli scorsi anni. Simone Mantura, attuale amministratore delegato del brand della margherita, ha voluto il ritorno di Cambi per ricreare una squadra vincente, che possa riportare la società ai tempi d'oro pre-fallimento. La rentrée di Cambi va ad aggiungersi a quella del suo socio degli esordi **Gian Maria Montacchini**, richiamato in Guru nel 2009 come direttore creativo. Tra i principali obiettivi dell'azienda in questo momento vi è l'espansione del marchio attraverso il mercato delle licenze. Tra gli ultimi accordi siglati spicca il childrenswear Guru Gang, il profumo, la pelletteria e una licenza con il colosso degli accendini Zippo.