

fashion

Il settimanale italiano della moda

The Italian men's weekly magazine

summer 2008

value for menswear

uomo a milano e firenze

BOGLIOLI N. 1031 € 5,00



04771124814006

Ti presento Alto Milano

In occasione di Pitti Uomo, il calzificio Favoni di Bagnolo Mella (Brescia) presenta "Alto Milano", un nuovo marchio di calzetteria maschile che porta il nome di un'antica collezione degli anni Trenta, con disegni tratti dall'archivio storico Favoni. Prodotti esclusivi, realizzati artigianalmente con le fibre più nobili. L'appuntamento è al Grand Hotel Roggioni.

Atmosfera marina per Blue Pollack

Un total look di abbigliamento maschile, da teorico sia per il tempo libero, con una chiara ispirazione alla tradizione nautica: le regate, i pescatori del Nord, la marina. Si tratta di "Blue Pollack", brand che ha capo a Peter Brown, pronto al lancio nei negozi con il prossimo autunno-inverno.



Lo stile Blue Pollack

È il momento di Cristal Jaspé

Si chiama "Cristal Jaspé" ed è la nuova linea di Advantage, azienda specializzata in abbigliamento sportivo e lifestyle. Una collezione composta da tute, canottini e T-shirt che gioca sulla combinazione delle nuance oro, bianco e argento e realizza appalti in justé, impreziosito da pastasmanera e rete, applicazioni in madrepere e strass.

Felpe si, ma deluxe

Debutta "Audace Limited Edition", si tratta di una mini-collezione di felpe dalla modellatura sportiva con le impunture a contrasto, le toppe a taglio vivo e il cappuccio, realizzato però con materiali preziosi ed eleganti come cotone e cashmere. Al via con l'autunno-inverno 2007/2008, le felpe saranno in vendita solo in alcune boutique Audace al costo di 320 euro.

La forza delle idee

È già disponibile al pubblico "Sizur Factory", una linea di abbigliamento di impronta sportswear lanciata dai giovani leghnesi Matteo Colombo. Il logo, un pugno che indica la forza delle idee delle tribù metropolitane, è subito comparso sul look di numerose rock e punk band come i Finley, gli emergenti Lost, Seven e The New Story.

Il Bull Terrier di Hooli arriva in Italia

Debutta anche nel nostro Paese "Hooli", il brand nato in Inghilterra negli anni Settanta e ispirato alla street culture. Fedele alla filosofia casual, ma con contenuti di stile e materiali nobili che la inseriscono nel segmento alto del british sportswear style. Hooli è dedicata sia ai lei, sia a lui e si contraddistingue per il logo: un Bull Terrier.

Prove di coppia

L'obiettivo è quello della creazione congiunta di un marchio sportivo di lusso. Intanto Adidas e Porsche Design Sport rinnovano il loro sodalizio con la seconda collezione realizzata in partnership, in vendita al pubblico da agosto 2007. Suddivisa in quattro categorie (Giulia, Golf, Corso e Tennis), la linea comprende calzature, abbigliamento, accessori e attrezzatura.

Lotto Leggenda in tour

Il progetto iniziato un anno fa con il lancio della Newk Gioi Giglio, caratterizzata dal fiore simbolo di Firenze, si espande ulteriormente. Lotto Leggenda presenta ora un'intera collezione di calzature uomo e donna, con motivi ispirati agli stemmi araldici di alcune città italiane: Bologna, Firenze, Milano, Napoli, Palermo, Roma, Treviso, Venezia e Verona.

Debutta la londinese Punkfish

A cinque anni dalla nascita, esordisce nel nostro Paese il marchio londinese "Punkfish": una streetwear al femminile, con capi personalizzati da applicazioni in pizzo, pellicce, borchie e ricami. I prodotti con il simpatico pecciolino pink per l'Italia sono prodotti su licenza di Lounge.

SANTANDREA

a un anno circa dall'acquisizione da parte della Tralbaldo Togna, saintandrews cambia e si traduce in italiano - e avvia nuovi progetti

Un CLUB per PRODOTTI ECCELLENTI

Dai links scozzesi al quadrilatero della moda milanese, Saintandrews cambia nome, abbandona l'inglese per esprimere al meglio tutta la sua italianità, e diventa **Santandrea**. L'azienda nasce infatti a Milano nel 1969 su iniziativa di un connecconiere di tessuti inglesi, Mario Zaffagni; per la produzione si sceglie Bellocchi di Fano, in Puglia, dove è possibile reperire mani esperte nella sartoria da uomo. In seguito il marchio viene acquistato dal gruppo **Cantarelli** e nell'aprile 2006 viene ceduto alla famiglia **Tralbaldo Togna**. "Già da qualche anno si dice che per l'abbigliamento maschile fatto in Italia non c'è un futuro" afferma **Luca Tralbaldo Togna**, presidente e a.d. di Santandrea. "Ma sono convinto che quando si afferma che una storia è finita, bisogna ripartire dall'inizio e reinventarla. Il tempo mi sta dando ragione. Tutte le attività che hanno deciso di restare in Italia stanno recuperando, mentre chi ha delocalizzato sta incassando parecchie delusioni".



Luca Tralbaldo Togna, presidente e a.d. di Santandrea

Un polo dell'eccellenza per criteri di qualità

Santandrea è un brand di nicchia, con una visione parista del "bespoke" e un legame profondo con il made in Italy. Nello stabilimento di Bellocchi di Fano 160 addetti realizzano 12.000 capi l'anno: il che si traduce in un fatturato di 10 milioni di euro. Un abito richiede 24 ore di lavorazione, 21 per la giacca e tre per i pantaloni. Il "su misura" viene evaso in quattro settimane. Nello stesso stabilimento vengono realizzate in licenza le collezioni uomo di **Ralph Lauren Purple Label** e **Stefano Ricci**. Capi che si acquistano attraverso una quarantina di negozi, molti dei quali all'estero, poiché l'azienda realizza solo un terzo del proprio fatturato in Italia. "Sono convinto che l'esperienza del gruppo nei tessuti maschili ugualmente altererà valore ai nostri abiti" sottolinea **Tralbaldo Togna**. "e ci consentirà di dar vita a una sorta di club dell'eccellenza italiana che riunisca altri specialisti in settori come la calzatura, la calzatura e l'accessorio in pelle, con un'offerta completa per i cultori internazionali della qualità". A rafforzare questa filosofia c'è la collaborazione con due creativi milanesi: **Giovanni Gastel**, che si occupa dell'immagine fotografica, e **Piero Lissoni**, incaricato di sviluppare, oltre all'immagine coordinata, la parte visual e lo studio dei corner per i department store. A **Piero Lissoni** è stato affidato anche il progetto per il nuovo stabilimento sempre a **Bellocchi di Fano**. Per il battesimo del nuovo marchio, il 25 giugno, è previsto un vernissage presso lo Spazio Bigli con foto di **Gastel** e allestimento di **Lissoni**. **L.M.**



Il simbolo di Treviso sullo scarpe Lotto Leggenda