

In passerella

a cura di Milena Bello, Erminia Lastretto, Elisa Rossi e Michela Zio



Borbonese si ispira a Venezia

Una Peggy Guggenheim che passeggia tra i viotoli di Venezia. «Mi piaceva l'idea di una femminilità bohemien che rompesse l'austerità dei modelli tradizionali pur restando nel solco dell'eleganza», ha raccontato a MFF **Gabriele Colangelo**, anima creativa di **Borbonese**. La tradizione pervade le linee, trench, chemisier, gonne al ginocchio. Ma è il punto di partenza per una rilettura degli stili di moda seguendo un fil rouge particolare, l'uso della corda. Un materiale marino come lo è Venezia. Colangelo lo dispiega, lo plasma inserendolo nei manici delle borse, come cintura dei lunghi abiti e motivo sulle maxi bag. Fino a diventare tessuto per una giacca e una gonna, ricreando una texture di pizzo. Una collezione che vuole sottolineare, anche stilisticamente, l'importanza dell'abbigliamento all'interno del mondo di Borbonese. Per questo motivo il marchio ha in programma l'apertura di un flagship store in corso Matteotti a Milano il prossimo febbraio, per poi arrivare in futuro anche a Roma, Firenze e Venezia.



Giannelli cresce con UpToBe



Graziano Giannelli, ex ad di **Peuterey**, porta a Milano la sua nuova fashion-challenge, col socio **Giovanni Santi**. Il nuovo progetto si chiama **UpToBe**, ed è approdato sul mercato grazie anche al know how dell'azienda **Beste**. «La nostra prima campagna vendite, riguardante la collezione a/i 2012, si è conclusa con un risultato positivo al di sopra dei break even point, a +170%», ha raccontato Giannelli a MFF. «al momento registriamo un sell out medio del 48%, con richieste di riassortimento e integrazioni. In più stiamo terminando le vendite relative alla p/e 2013 che contiamo di chiudere con ordini per circa 1 milione di euro». Il brand punta su una strategia distributiva focalizzata sul posizionamento in negozi pluribrand e concept store di fascia alta, per una rete che conta attualmente circa 260 punti vendita in Italia.

Elisabetta Franchi nel Quadrilatero

Elisabetta Franchi, dopo aver superato nel 2011 quota 100 milioni di euro di ricavi, punta a un nuovo balzo nell'anno in corso, dopo il primo semestre a +13,8%. Nel frattempo amplia la rete retail giunta a un totale di 70 monomarca di cui 33 all'estero, oltre ai 1.095 multibrand nel mondo, in linea con una visione cosmopolita che porta il brand a espandersi a livello europeo e internazionale con sempre maggiore forza: dopo le recenti inaugurazioni di Vienna e Jakarta, il brand sta per arrivare anche nel Quadrilatero della moda milanese con uno store in via Manzoni. E intanto presenta una collezione per la prossima primavera/estate guidata da un mood luxury in cui dominano le righe nero/crema in perfetto stile yachting rivisitato, in cui i cordoni e i nodi marinari s'intrecciano a riproporre il logo in versione gold.



Agnona, eleganza in soli sette capi

L'eleganza delle linee e dei volumi, la scelta cromatica degli abbinamenti e, last but not least, l'altissima qualità dei materiali siglano la nuova primavera-estate di **Agnona**. Il brand del gruppo **Ermenegildo Zegna**, in attesa di mettere al lavoro



Stefano Pilati, in forza a partire dalla p/e 2014, dà il meglio di sé in sette capi must che rappresentano la sintesi estrema del suo guardaroba understated: l'impermeabile di seta waterproof, il soprabito e la giacca in cashmere double, la giacca doppiopetto in cashmere e seta indossata con i bermuda a righe orizzontali, la maglia all'uncinetto con piccole paillette e la sciarpa con impalpabili frange svede.

Seta vegana e lino bio per Cangiarì



I colori della natura e del mare Mediterraneo in perfetto stile **Cangiarì**. La linea di abbigliamento eco-etico nata in Calabria dal gruppo **Goel**, che dà lavoro agli artigiani della Locride e della Piana di Gioia Tauro, varà una nuova stagione fatta di capi dai volumi e dalle silhouette pulite. E tra le palette del verde, dell'écru e del vinaccia spiccano le creazioni in seta vegana che risparmia la vita al baco e si mescola al lino e al cotone biologico. Pezzo clou della stagione la fuscaccia-collana multicolor tessuta a telaio.

Larusmiani rilegge i mitici anni 20



Si ispira alle fogge, ai volumi, ai colori in voga negli anni 20 la nuova collezione donna di **Larusmiani**. Il marchio milanese tratteggia, infatti, un'eleganza femminile e raffinata che ripercorre e rilegge i codici maschili, scritti nel suo Dna. Trench, giacche, pantaloni e camicie sono proposti in tessuti leggeri e di alta gamma; gli abiti, avvolgenti e sensuali sono impreziositi dai dettagli sartoriali. In una carrellata di popeline e georgette, di chiffon satin e marcai, di taffetà impermeabili e di preziosi macramé decorati con pietre vincono le palette del cipria e dell'avorio, del verde polvere e del blu imperiale che sottolineano la freschezza delle linee e dei materiali. (riproduzione riservata)