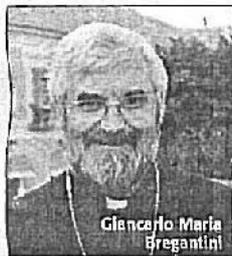


26/09/09	L'Avvenire di Calabria	
N° 32		Diffusione
Pag. 6	Nasce Cangiarì, un nuovo fashion brand per "cangiarì" anche nella moda...	
	Cangiarì, Monografico	

Nasce Cangiarì, un nuovo fashion brand per "cangiarì" anche nella moda...

Debutto nella Settimana della Moda Donna della collezione interamente realizzata in Calabria con materiali pregiati, lavorazioni artigianali di alta qualità e importanti contenuti di impegno civile.

Il 24 settembre 2009 segna il debutto di CANGIARI, il nuovo brand di moda nato dalla missione di responsabilità sociale del Consorzio Sociale GOEL, che ha denunciato lo strapotere della 'ndrangheta e delle massonerie deviate in Calabria e nel resto d'Italia. Tutto ciò ha reso Goel e le sue cooperative oggetto di intimidazioni e ostracismi di ogni genere, affrontati e superati attraverso una grande rete costruita negli anni in



Giancarlo Maria Dregantini

tutta Italia. Il marchio CANGIARI è tutorato dall'imprenditore Santo Versace con la collaborazione di Carlo Rivetti e ha il patrocinio della Camera Nazionale della Moda Italiana. Anche il Comune di Milano ha dato il suo patrocinio: il Sindaco Letizia Moratti e gli assessori Mariolina Moiola e Giovanni Terzi sono vicini a questa importante iniziativa.

CANGIARI intende posizionarsi nella fascia alta dell'abbigliamento, proponendo un prodotto moda curato nello stile, interamente realizzato in Italia con materiali pregiati e lavorazioni artigianali di alta qualità, differenziandosi dai competitors per i contenuti di impegno civile ed i messaggi importanti che marchio trasmette ai suoi consumatori.

L'unicità dei capi è caratterizzata dalle applicazioni di artigianalità tessile d'eccellenza: ricami a mano e tessuti al telaio artigianale, realizzati secondo le antichissime tradizioni calabresi, rivisitati e attualizzati. Naturale nelle tinte e originale negli inserti, CANGIARI predilige la versione biologica e naturale dei tessuti utilizzati, avendo così ricerca e innovazione al massimo rispetto per l'ecosistema.

Stile e buon gusto necessitano

alla sostenibilità, nel rispetto pieno e assoluto del "made in Italy", e ancor più esattamente, del "fatto a mano in Calabria". CANGIARI vuol indirizzarsi ad un pubblico impegnato, ma anche emozionale ed esteta che sa apprezzare il valore intrinseco del prodotto e delle sensazioni insite nei concetti stessi.

Il marchio e il simbolo "Cangiarì" vuol dire "cambiare" in idioma calabrese e siciliano, proprio a significare la mission della griffe. "Cangiarì" in senso transitivo (il mondo) e riflessivo (se stessi), ma anche riferendosi al tentativo di differenziarsi all'interno del sistema moda.

Il simbolo di CANGIARI completa il significato del marchio: in matematica vuol dire: dissimile, diverso da, differente. Esprime la voglia e l'impegno di innovare, differenziarsi.

Il concept

Il claim "Beauty is different..." vuole contrapporre l'etica della bellezza e "la bellezza dell'etica" a tutto ciò che oggi invece viene spacciato come tale, ma rappresenta spesso solo una "patina al nonsenso". È una provocazione per riflettere quanto la dignità di ogni persona, l'equità socioeconomica, la partecipazione e la nonviolenza, non solo siano "giusti", ma anche "belli".

Dentro questi percorsi si può ritrovare una bellezza intrinseca, ontologica, che non solo non si lascia legittimare dal dato estetico, ma addirittura si candida a offrirgli il suo senso autentico e diritto. CANGIARI osa e dichiara "Beauty is different...".

Le 4 "differenze" di Cangiarì

1. Ogni capo un messaggio

Ogni capo è una metaforica busta da lettera per recapitare un messaggio a chi lo acquista. Un messaggio "gridato" - nel caso delle t-shirt - o un messaggio sussurrato, celato, intimo - nel caso dei capi più raffinati. I messaggi comunicheranno il "Goel-pensiero": perfennano di diritti umani, equità, partecipazione, bene comune, legalità, ecologia, nonviolenza. Il capo diventa medium di dialogo con chi lo indossa.

2. Capi preziosi

Ogni capo è curato e disegna-

to da un'equipe stilistica e creativa, con una ricerca e cura continua. Capo unico anche perché reso prezioso dalle applicazioni di artigianalità tessile d'eccellenza: ricami a mano e tessuti al telaio artigianale, entrambi realizzati secondo le antichissime tradizioni tessili calabresi (dalle reminiscenze bizantine, greche, normanne, spagnole, ecc.). Antiche tradizioni artistiche attualizzate in uno stile giovane e di tendenza.

3. Eco&Care

CANGIARI si impegna a prediligere, ove esistente, la versione biologica e naturale dei tessuti volta per volta utilizzati. Anche il packaging sarà completamente riciclabile e - laddove possibile - biodegradabile. Eco&Care è anche l'impegno per la ricerca e l'innovazione, volti ad assicurare salute e benessere a chi indosserà il capo, insieme al massimo rispetto per l'eco-sistema.

4. 100% sociale

Tutta la filiera di produzione è composta da cooperative sociali che "abitano il proprio territorio", si prendono cura delle comunità di appartenenza, si battono contro le mafie e inseriscono al lavoro per-

fondatore del progetto. "Emozionali" tagli o fori da proiettile sono "ferite" di dolore e sofferenza, che divengono "ferite" da cui far scaturire speranza, in uno sbocciare allegro di colori, ricami curati e trame fantasiose, allegorie tessili di animi volti alla rinascita e al cambiamento. La linea Gelsomino è una linea più ricercata e femminile, impreziosita dall'abile manifattura delle ricamatrici e tessitrici di CANGIARI.

I tagli si aprono e i top e i corpi lasciano scoprire le spalle. Il morbido cotone dei bustier è cinto al petto da fasciami di tessuto tramato manualmente con i telai ricostruiti secondo le antiche tradizioni locali. Le linee si fanno più over-size nelle morbide bluse impreziosite da pregiati ricami a mano. Ricorrono sui capi motivi decorativi geometrico-floreali, come espressioni genuine e multiculturali di mescolanze etniche mediterraneo-orientali, tutte comunque alleggerite e dalle linee attuali.

La palette colori, in linea con le tendenze stagionali delle proposte moda per la prossima collezione PE, si arricchisce delle sfumature di fibre naturali, le stesse colorazioni dei capi assumono sfumature pastello non aggressive.

In entrambe le linee, le originali grafiche si impreziosiscono di inserti manuali di ricami, bordi di tessuto al telaio, trapuntature e cuciture volutamente a vista, giustapposizioni di decori e ricami, frutto della mirabile manualità delle donne delle cooperative sociali di Goel. Anche in questa linea sono presenti, apposti in modo più discreto, celati internamente, i messaggi propri del marchio CANGIARI.

La conferenza stampa si terrà alle ORE 8,30 presso il Milano Fashion Center-Press Room in via Gattamelata, 5 alla presenza di: Vincenzo Linares, presidente del Consorzio Sociale GOEL; Santo Versace, tutor dell'iniziativa imprenditoriale di Cangiarì; Giancarlo Maria Dregantini, Arcivescovo di Campobasso-Boiano; Mario Boselli, presidente di Camera Nazionale della Moda Italiana; Mariolina Moiola, Assessore alla Famiglia, Scuola e Politiche Sociali; Giovanni Terzi, Assessore alla Moda; Carlo Rivetti, Presidente di Sportswear Company S.p.A.

La presentazione della collezione Primavera Estate 2010 si terrà invece dalle ore 18 alle ore 21 in via Borgonovo 23.



Santo Versace

sono svantaggiate (persone con handicap, donne e giovani disoccupati, persone con malattie mentali, persone detenute o ex-detenute, persone con problemi di dipendenze, persone e famiglie in difficoltà, migranti).

La collezione

Questa prima collezione di CANGIARI si articola in due linee di prodotto, streetwear e gelsomino, che si differenziano per target e manifattura.

La linea streetwear vuol essere uno strumento con cui divulgare messaggi e valori, immaginando t-shirt e polo come tele su cui proiettare immagini e metafore. Ad ogni t-shirt corrisponde un messaggio, un valore caposaldo e