

## limited EDITION

di Angela Tovazzi

# Paul Smith ambasciatore della lana Merino per Woolmark

La dieta equilibrata del fashion designer? «Cotone per le camicie e lana per tutto il resto». Parola di Paul Smith, nuovo "ambasciatore" della lana Merino australiana. Parte con la primavera-estate 2014 e proseguirà nell'autunno-inverno 2014/2015 la collaborazione tra lo stilista inglese e The Woolmark Company, in base alla quale il creativo userà stoffe realizzate con questa fibra per le collezioni uomo. In particolare, la London Men's Collection estiva prevede l'utilizzo di sette tessuti pettinati in leggerissima Cool Wool, «un concept molto importante per noi, perché il brand - dice Paul Smith - viene venduto in 72 Paesi del mondo, molti dei quali hanno un clima estremamente caldo o umido durante tutto l'anno». Il designer britannico promuoverà la lana Merino anche nella campagna congiunta per entrambe le stagioni, protagonista sui canali web e sulla carta stampata.



## Felisi

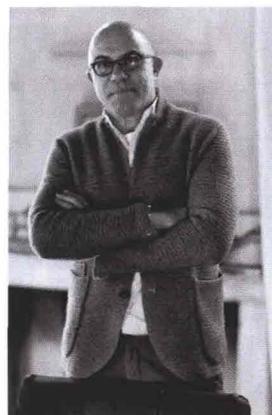
La borsa si fa in quattro

Zaino, shoulder, spalla e monospalla: quattro borse in una. La nuova "4x" di Felisi è una bag multitasking che si trasforma a seconda delle esigenze attraverso una serie di anelli e moschettoni in ottone. Due le versioni, in nylon e in pelle, disponibili al pubblico rispettivamente a 535 e a 1.070 euro.

## The Bridge

La parola a Eduardo Wongvalle

È Eduardo Wongvalle la nuova scommessa di The Bridge. Il designer, ex direttore creativo di luxury brand come Bottega Veneta e Dior, firmerà una capsule di borse maschili per il marchio di pelletteria, che punta su questa liaison per conquistare i mercati internazionali. La collezione viene svelata a buyer e stampa a Firenze nell'ambito di Pitti Uomo.



## Camper

«Il caos è bellissimo»

Chi l'ha detto che la scarpa destra deve essere uguale alla sinistra? Una regola noiosa che ingabbia la creatività, secondo Camper. Guarda caso, nel 1988 il marchio spagnolo creò le Twins, un paio di calzature "asimmetriche", una diversa dall'altra. A distanza di 25 anni, il brand rincara la dose e arruola un designer sulla sua stessa lunghezza d'onda: l'irriverente Bernhard Willhelm, che per Camper ha firmato un'anniversary collection. «Il caos è bellissimo» ama ripetere lo stilista tedesco e le nuove Twins lo dimostrano: ogni scarpa sembra essere stata immersa in una lattina di colore che crea audaci rigature. Però l'effetto è asimmetrico, con righe cemento e bianche su un lato della scarpa, blu elettrico e verde sull'altro, of course.





## Marni

### Il senso di Katja per la moda

Si rinnova il feeling tra Marni e l'arte. Per la summer edition 2014 la griffe ha arruolato un'artista di talento come Katja Schwalenberg, illustratrice e tipografa tedesca. Per il marchio nell'orbita di OtB, Katja ha creato una serie di stampe lino-cut, con motivi floreali alternati a piccoli cubi, pois giganti e un personaggio di fantasia che si ritrovano su camicie in cotone, T-shirt in jersey, shopper e pochette in Pvc. La linea è in distribuzione nei punti vendita del marchio e su [marni.com](http://marni.com).



## Piquadro

### Per i giramondo always on

È adatta a tutti i globetrotter urbani, a chi è sempre connesso e ai comfort-addicted: è la nuova capsule di borse Nucleus di Piquadro. Quattro modelli in vacchetta pieno fiore a taglio vivo, abbinata a dettagli in pelle, accomunati dal porta computer interno in tessuto tecnico dai toni vivaci. Disponibile in negozio con prezzi che vanno dai 180 ai 198 euro, la serie include una messenger, due differenti shopper e una borsa da donna.



## Nerocipria

### Le bag d'autore di Daniela Cavallo

Dopo Simone Lazzarini, tocca a Daniela Cavallo firmare la nuova capsule collection di Artistic Bag, progetto ideato da Nerocipria per dare visibilità ai giovani artisti contemporanei. Questa volta shopper e pochette create con materiali di riciclo si vestono di stampe che riproducono le opere della fotografa e performer pugliese, conosciuta per le immagini e i volti sospesi in una dimensione "senza tempo", grazie agli interventi digitali. Si tratta solo dell'ultima iniziativa firmata da Nerocipria, una realtà che dietro le quinte nasconde la storia di Virna Modena e Morena Martini, wedding planner di professione, rinate come imprenditrici dopo il terremoto in Emilia del maggio 2012. «Nerocipria nasce dalle ceneri del sisma. Nero - spiegano - è il buio che ci ha avvolte dopo il tragico evento. Cipria il colore del cassetto, esploso durante le scosse, dove tenevamo un progetto a noi caro: creare accessori glam, lavorati artigianalmente e made in Italy».