

FASHION INSIDER

83

DI MATTEO PERSIVALE

QUANTO È DANDY IL LUSTRASCARPE

Come si pubblicizza una delle marche più esclusive e costose del mondo in tempi di crisi globale? Aggiornando la classica immagine del lustrascarpe resa famosa dalle foto degli anni Trenta e Quaranta: quella del ragazzino sporco di lucido all'opera sulle scarpe dei clienti seduti sulle poltrone in pelle della stazione. Un'icona destinata a subire una svolta lussuosa perché John Lobb, l'artigiano inglese delle scarpe su misura commercializzato nel mondo da Hermès, ha inaugurato un chiosco al **The Mark Hotel**, nell'Upper East Side di New York. Battezzato The Mark Shine by John Lobb è aperto pure agli esterni, e nei panni del lustrascarpe c'è un giovane elegante, di bell'aspetto e modi impeccabili. Lobb ha un servizio simile, ma senza il chiosco, al Connaught Hotel di Londra, a Le Meurice di Parigi e al Montage di Beverly Hills.



Sciucchià: il chiosco di John Lobb al The Mark Hotel, nell'Upper East Side di New York.



IL PROFUMO DELL'EST

La campagna pubblicitaria del nuovo profumo da donna Versace, Yellow Diamond, realizzata da Mario Testino, vede la modella australiana Abbey Lee Kershaw alle prese con un misterioso James Bond. La fragranza è stata già lanciata in Italia, Regno Unito, Germania, Grecia e Russia, ma arriverà negli Usa solo a gennaio. Intanto è allo studio una colonia maschile. Proiettata verso Est: Claudio Teman, export manager di EuroItalia, ha detto al Women's Wear Daily che nella primavera 2012 verrà distribuita in Medio Oriente, Australia e Asia (da settembre 2012 anche in Cina).



Cosmesi: il nuovo Yellow Diamond di Versace. In alto, la modella Abbey Lee Kershaw.

CARBONIO BAG

L'innovazione dei tessuti tecnici a volte arriva dagli stilisti più sorprendenti. O da chi fa tutt'altro che moda. Come Lamborghini, che ha realizzato una linea di tela in fibra di carbonio con finiture di pelle e interni in cotone. È il primo uso di questa fibra «cruda» nella valigeria, spiega l'ad. Stephan Winkelmann, un'innovazione che potrebbe essere adottata anche dalla moda. La collezione sarà disponibile dall'autunno nelle boutique di Sant'Agata Bolognese (Bo), Los Angeles (Usa), Vancouver (Canada), Melbourne (Australia), Berlino (Germania), Hong Kong, Chengdu, Chongqing e Shantou (Cina) e nelle concessionarie Lamborghini.



Made in Italy: la collezione Lamborghini è composta da una messenger bag, una ventiquattrore e una busta.

