

## Cappelletti ancora con Neil Barrett

Cappelletti continua a collaborare con Neil Barrett. Il marchio di calzature haut de gamme, che con lo stilista aveva sviluppato il Broguassino, scarpa ibrida nata dalla fusione tra le classiche brogue e il mocassino, ha infatti collaborato con il designer anche per la collezione primavera-estate 2010 presentata in questi giorni a Pitti Immagine uomo (nella foto). In contemporanea la società ha sviluppato un altro progetto con il designer



Marco Morosini per la creazione della scarpa Panier. Quest'ultimo gemellaggio fa parte di un percorso creativo che, stagione dopo stagione, vede la maison intenta nello sviluppare idee avanguardie insieme a nomi del panorama internazionale.

## Husky torna alle origini con il trapuntato

Suggerimenti retrò, atmosfere africane e tocchi di camouflage. Queste le linee guida della collezione che Husky ha portato in Fortezza da Basso per la primavera-estate 2010. Col il rilancio in grande stile di un glorioso must-have, il trapuntato. Reso attuale dalle sperimentazioni con le nuove tinte effetto malintio e stone-washed, dove il colore si impregna nelle cuciture e sfuma sul resto del capo. Per dare così vita alla versione del modello l'Husky-Vintage, dal sapore agée, nella variante blue dal sapore denim-washed, e in quella military-green.



## Stefano Ricci cresce del 12%

Per Stefano Ricci fatturato in crescita del 12% nei primi cinque mesi 2009 e una nuova boutique a Firenze che diventa così il nuovo quartier generale. Il brand haut de gamme ha infatti scelto, dopo 37 anni di attività e 18 negozi nel mondo, di inaugurare una «bottega nella mia città», come ha spiegato l'imprenditore a MFF. La boutique occupa circa 900 metri quadrati distribuiti su due piani a Palazzo Tornabuoni: uno è dedicato all'abbigliamento, l'altro è invece lo show-room dove è presente anche la nuova collezione di arredamento.



## Freesoul, restyling dei comer in arrivo

Freesoul dà il via al restyling di 20 shop in shop su scala mondiale. Si comincerà a luglio in Olanda per poi toccare in ottobre le Galeries La Fayette, con il tradizionale display della merce (nella foto, una proposta) sostituito da un video-wall su cui andranno in loop immagini esplicative delle vestibilità dei vari jeans. Che verranno, invece, collocati nella parte inferiore dove un alveare di metallo li accoglierà nel loro nuovo packaging cilindrico. Il marchio, toscano di nascita, è stato acquistato al 100% nel 2008 dalla holding lussemburghese Balham come unico investimento nel segmento fashion. (riproduzione riservata)

**Andrea Bigozzi (Firenze)**



## Brooksfield si allea con Ugo Nespolo

Brooksfield lancia la prima polo personalizzata da Ugo Nespolo. Il celebre artista biellese ha rielaborato il germano reale, logo storico del brand, ingigantito e animato da vivaci cromatismi. «Il sodalizio moda-arte non è nuovo: i futuristi e Andy Warhol si sono mescolati molto con il mondo della moda» ha spiegato Nespolo. «Mi è sembrato quindi del tutto naturale accettare questa proposta». Il sodalizio tra l'artista e Brooksfield avrà una durata biennale e contempla numerosi progetti che coinvolgono il prodotto, ma anche la comunicazione della griffe torinese.

