

ME

fashion

Dolce & Gabbana: «Madonna è per noi The one»

«È il nostro mito. C'è una amicizia di lungo corso», spiegano a MFF Domenico Dolce e Stefano Gabbana, che hanno scelto la super star come volto del rilancio della storica fragranza, che compie vent'anni. Facendole cantare, per la prima volta in italiano, *La bambola di Patty Pravo*. «Ci sono tanti progetti in vista. Speriamo di averla a Milano»

Un fremito di sensualità. Madonna intona le note di *La bambola* di Patty Pravo, simbolo dell'emancipazione femminile in Italia negli anni 60. Canta per la prima volta in italiano per un'occasione speciale. Il rilancio della fragranza *The one* di Dolce & Gabbana, di cui la mega star è volto e anima accanto all'attore cubano Al-

berto Guerra, in una campagna firmata da Mert Alas. Una liaison che celebra un'amicizia, quella tra l'iconica pop star e gli stilisti Domenico Dolce e Stefano Gabbana, che affonda le radici alla fine degli anni 80 e che ha segnato alcuni momenti memorabili nella storia del costume. Dai frame di *A letto con Madonna* passando per alcuni dei suoi storici

tour, dalle collezioni dedicate alle campagne, la pop star ha vestito in più occasioni gli abiti della casa di moda, interpretandoli con il suo stile unico e inconfondibile. «È il nostro mito. Lei ci ha aperto le porte del mondo musicale internazionale, è una donna determinata, capace di arrivare sempre a centrare l'obiettivo».

continua a pag. 11

A Morellato le attività Fossil Italia

Morellato group rafforza il proprio presidio sul mercato italiano con l'acquisizione delle attività italiane di Fossil group. Con l'integrazione, il gruppo veneto della gioielleria assume la distribuzione esclusiva in Italia dei marchi Fossil, Emporio Armani, Armani exchange, Michael Kors e Diesel, con un focus sul canale normal trade, considerato centrale per la valorizzazione del prodotto e del rapporto con il consumatore finale. Il gruppo metterà a disposizione dei brand un'organizzazione strutturata e altamente specializzata, basata su logistica efficiente, servizi post-vendita avanzati e processi operativi dedicati. Nell'ambito della nuova gestione è inoltre prevista la creazione di una rete vendita dedicata, pensata per garantire ai rivenditori un supporto commerciale mirato e coerente con il posizionamento premium dei marchi rappresentati. (riproduzione riservata)

Aura, Marcel Härtlein nuovo ceo

Marcel Härtlein prende il timone di Aura blockchain consortium. Il consorzio no-profit fondato nel 2021 da Lvmh, Oth group, Prada group e Cartier (Richemont), e che oggi riunisce oltre 50 marchi del lusso, affida al manager la carica di ceo e segretario generale. Härtlein arriva da Lalique, storica maison del cristallo e membro del consorzio, dove ha ricoperto il ruolo di responsabile della divisione digital & it ed è stato anche membro del consiglio esecutivo. Un percorso completato da una formazione d'eccellenza alla IMD business school e alla Harvard business school, con una specializzazione in digital strategy e digital excellence. Härtlein guiderà il consorzio nella prossima fase di evoluzione, con priorità che includono l'espansione della membership globale, l'accelerazione dell'adozione della blockchain e l'introduzione di nuovi servizi a valore aggiunto lungo la filiera del lusso. (riproduzione riservata)

Progetti

ITS ARCADEMY INDAGA IL RUOLO DEGLI STYLIST

Dal 26 marzo al 3 gennaio 2027 il museo triestino ospiterà la mostra «Exposure» che esplora lo styling come narrazione

Trieste guarda all'immagine delle star globali, ma soprattutto a chi è ne è l'autore spesso dietro le quinte. Con «Exposure», **Its academy**, il primo museo italiano dedicato alla moda contemporanea, si prepara infatti a svelare «Quando il mondo ti guarda, da **Harry Styles** a **Lady Gaga**». Dal 26 marzo 2026 al 3 gennaio 2027 la mostra metterà al centro una figura chiave del fashion system odierno, lo stylist. Curata da **Tom Eerebout**, stylist belga di internazionale, l'exhibition esplora lo styling come pratica di interpretazione e costruzione narrativa. Non semplice scelta estetica, ma atto culturale. E ogni look diventa così un campo di tensione tra chi si espone e chi guarda, tra corpo, abito e sguardo pubblico. Eerebout, collaboratore di artisti come **Lady Gaga**, **Kylie Minogue**, **Rita Ora** e **Austin Butler**, presenta una selezione di creazioni indossate da protagonisti della cultura pop globale, affiancate da lavori di designer emersi a Trieste attraverso l'annuale **Its contest**, la cui 24ª edizione si svolgerà il 19 e 20 marzo prossimi. Un dialogo che intreccia sistema moda, formazione e visione curatoriale. Ma il progetto si estende oltre le sale del museo con l'installazione urbana *Exposure-Quando il mondo ti guarda*, composta da dieci immagini di grande formato che trasformeranno il centro di Trieste in un museo a cielo aperto. Ad accompagnare la mostra, un catalogo curato dallo stesso Tom Eerebout assieme al filosofo **Emanuele Coccia**, con dialoghi che uniscono filosofia, moda e curatela, in collaborazione con **Olivier Saillard**. (riproduzione riservata)



La locandina della mostra

Benedetta Migliaccio