



PATTERN

ITALY - MF Suppl. MF FASHION - 6/7/2024 - Num.: 112 - Pag.: 3

Frequency: daily - Circulation: 66409

venerdì 7 giugno 2024

MF fashion

Supply chain

Idee partners, building da 10 milioni a Scandicci

La realtà del gruppo Pattern attiva nella pelletteria e calzature per il lusso ha svelato un nuovo stabilimento produttivo di 4 mila metri quadrati. **Matteo Minà (Scandicci)**

Idee partners investe a Scandicci inaugurando il nuovo building produttivo nel distretto delle pelletterie di lusso alle porte di Firenze. L'azienda da 30 milioni di euro di fatturato 2023 specializzata nella progettazione, sviluppo e produzione di pelletteria e nella progettazione di calzature, dal 2021 controllata al 53% dal gruppo Pattern e per la parte restante in mano al fondatore e ceo Claudio Delunas, ha svelato ieri il nuovo stabilimento, frutto del recupero di uno storico mangimificio e di un investimento di 10 milioni di euro. Un building, già operativo dallo scorso novembre, di oltre 4 mila metri quadrati, completamente ricostruito e ampliato accanto alla sua torre di sette piani grazie a un recupero industriale, senza consumo di suolo e in chiave sostenibile. Progettato dallo studio di architettura A&V, la nuova sede della realtà fondata nel 2008 soddisfa i più alti standard di edilizia, anche in chiave anti-

sismica, e di efficienza energetica in classe A+, risultando autonomo al 70% dei consumi elettrici grazie a pannelli fotovoltaici. Accanto alla torre, la struttura è caratterizzata da



Il nuovo sito Idee partners a Scandicci

cinque piani occupati da showroom, laboratori produttivi e di logistica. A seguito della fusione per incorporazione delle realtà Rgb e Petri & Lombardi, completata nel 2023, Idee partners conta anche sui

plant di Reggello (Firenze) e Bientina (Pisa), per un totale di 240 addetti. «Abbiamo investito nella società fondata da Delunas perché rappresenta il meglio dello sviluppo progettuale in ambito leather goods, tra le poche rimaste indipendenti. Per questo ci sarà sempre più integrazione tra Idee partners e le altre nostre aziende», ha spiegato a MFF Luca Sburlati, ceo del gruppo Pattern a una settimana dall'ultima acquisizione del 100% della realtà di maglieria Umbria Verde Mattioli. «Il mercato sta vivendo una decrescita a livello mondiale, ma è proprio nei momenti di crisi che i brand sviluppano i migliori prodotti, e Idee partners è un player importante per tale obiettivo. Inoltre, gli investimenti fatti in macchinari anche in ottica 4.0 permettono di realizzare prodotti di artigianato tecnologico, dove le macchine sono di supporto alle mani, alle menti e allo studio dell'uomo». (riproduzione riservata)

Espansione

Dolce&Gabbana investe sul travel retail a Doha



Dolce&Gabbana rafforza la sua presenza nel Middle East investendo nel travel retail. Dopo la partnership firmata a marzo per un'espansione in Arabia Saudita con Diriyah gate company, la maison di Domenico Dolce e Stefano Gabbana ha inaugurato un pop-up (nella foto) dedicato al beauty, in collaborazione con Qatar duty free, all'interno dell'Aeroporto internazionale Hamad di Doha. Situato di fronte alla boutique Dolce&Gabbana e in prossimità delle principali business lounge, il temporary store, che sarà aperto fino ad agosto, ospita le linee di fragranze della maison, tra cui Devotion, K&Q, Light blue, The One e Dolce, accanto alla nuova proposta make-up. Un'area intima dello spazio offre l'occasione di scoprire l'esclusiva Velvet collection, per un viaggio olfattivo attraverso i codici del brand italiano. L'esperienza continua con la possibilità di personalizzazione degli acquisti grazie ai servizi di engraving e wrapping. L'installazione rappresenta la prima tappa di una serie di progetti dedicati al travel retail, che successivamente toccherà i principali aeroporti del mondo. Tra questi, Milano Malpensa, Parigi Charles De Gaulle, Londra Heathrow, Istanbul new airport cobra, New York John F. Kennedy international airport e Los Angeles Tom Bradley international. (riproduzione riservata)

Matteo Zhu

Exhibition

Somerset house celebra i dieci anni di Loverboy

La capitale brit festeggia il creativo scozzese Charles Jeffrey, alliere di uno stile gender fluid. La rassegna sarà aperta fino al 1° settembre. **Barbara Gallino (Londra)**

«**Q**uando ho realizzato che il mio marchio avrebbe compiuto dieci anni, ho voluto fare qualcosa di speciale e ringraziare quanti mi hanno accompagnato in questo percorso, perché Loverboy è da sempre il frutto di una collaborazione, dai tempi delle serate di clubbing con tutti gli amici folli che ballavano con me fino ad oggi», ha dichiarato Charles Jeffrey, il direttore creativo del brand britannico di menswear gender fluid per definizione, aggiungendo «il mio brand non sarebbe potuto nascere senza l'incredibile team che ho la fortuna di avere». Lo stilista scozzese, star incontrastata di una scama edizione di London fashion week men, ha inaugurato così la mostra *The love of Loverboy* all'antiprima stanpina a Somerset house, storico edificio ex palazzo reale che fra l'altro ospita proprio nei suoi sotterranei il suo atelier. L'exhibition sponsorizzata da Spotify, co-curata da Jonathan Faiers e Bunney Kinney insieme a Jeffrey stesso e aperta al pubblico dall'8 giugno al primo settembre, si articola in tre stanze. La prima denominata *Initiation*, tratteggia gli esordi. Loverboy era cominciato infatti nel 2014 come serata disco queer nel quartiere londinese di Dalston per accogliere il variegato gruppo di amici del creativo e finanziare così i suoi studi alla Central Saint Martins. Le suture londinesi agli albori del nuovo millen-



Charles Jeffrey

spettacolo. Non a caso raccoglie alcune delle sue più celebrate creazioni, indossate da icone come Tilda Swinton e Harry Styles. «Nella sfilata, il lavoro di sei mesi viene mostrato in dieci minuti, ma è l'acme di un processo creativo, dove musica, i modelli che trasformano gli abiti e celebrità creano un'esperienza unica», ha concluso lo stilista di Loverboy. È per questo e molti altri motivi che la sua sfilata di oggi è sicuramente l'hot ticket di stagione. (riproduzione riservata)

Debutti

AU PETIT BONHEUR È IN ARRIVO A MILANO

L'opening dello store dedicato a una moda green e inclusiva è stato celebrato da un talk organizzato dall'ente torinese Liberi tutti negli spazi del Base

Au petit bonheur debutta a Milano. Il progetto commerciale nato per volontà della cooperativa sociale Liberi tutti arriva a Milano, inaugurando in Porta Ticinese 73 una boutique che affiancherà quella storica di Torino. L'obiettivo dell'associazione no profit, che dal 1999 opera per promuovere i valori dell'economia

to e la sostenibilità, intesa sia ambientale che sociale, siano dei driver fondamentali per la crescita. Un messaggio che per diffondersi, e per concretizzarsi in azione, ha bisogno anche di una giusta narrazione. «Lo storytelling deve partire da un cambiamento culturale», aggiunge Flaviano Zandonai di Open innovation, realtà piemontese che ha deciso di mettere in produzione delle capsule collection dove la sostenibilità e inclusività sono elementi costitutivi. Tra queste le t-shirt di *Fair enough*, realtà co-fondata da Vittorio Jan Raandone, che unisce circolarità ed economia circolare, affidando ai detenuti la personalizzazione delle sue maglie. All'evento, oltre Anna Voltolini di Cgm, il presidente di Liberi tutti Daniele Cacciaranno e Dario Casolini di Slow fiber, ha preso parte anche la designer Hind Lafram, fondatrice dell'omonimo brand, che ha lanciato un progetto di sartoria sociale, cogliendo l'occasione di insegnare l'italiano alle donne immigrate tramite il cucito. (riproduzione riservata)



Lo store Au petit bonheur

Michela Frau

© Milano Finanza Editori S.p.A. riproduzione riservata www.milanofinanza.it