

MF fashion



UNA PROPOSTA COSTUME NATIONAL AUTUNNO-INVERNO 2010/11

Costume national guarda all'Asia con Sequedge

Il marchio dei Capasa da 70 milioni di euro di valore ha ceduto una quota di minoranza pari al 17% e con opzione di salire fino al 33% al fondo giapponese del tycoon Kazunari Shirai. Previsti dieci opening in Far east in due anni e la triplicazione del fatturato, con un'incidenza del 30% dell'es

Una partnership di lungo termine per crescere e per esplorare le enormi potenzialità legate al mercato asiatico. Sono queste le motivazioni che hanno guidato Ennio e Carlo Capasa, fondatori di Costume national, nella scelta del fondo giapponese Sequedge come partner a cui affidare una quota di minoranza del brand. Un nome poco noto ai più ma dietro il quale si nasconde una personalità di primo piano nell'ambito dei giovani imprenditori asiatici. Si tratta di Kazunari Shirai, l'under 40 più ricco del Giappone, che con il suo gruppo ha realizzato investimenti a 360 gradi, dal sociale, al food deluxe fino a partecipare allo sviluppo del sistema ferroviario ad alta velocità cinese. Ma che finora non aveva mai apprezzato una casa di moda. Una liason curiosa, dunque, che affonda le sue radici nella passione dello stesso tycoon per la moda firmata Costume national. «Ci ha sorpreso», ha raccontato a *MF* Ennio Capasa, direttore creativo del brand, «scoprire come i manager di Sequedge usassero i nostri abiti addirittura come una divisa. Da qui tutto è nato in maniera molto spontanea». I dettagli tecnici dell'operazione, che bolliva in pentola da qualche mese come anticipato da *MF* del 19 gennaio, prevedono l'ingresso del fondo in due tranche: una prima parte ha visto la cessione di una quota del 17% attraverso un aumento di capitale, quota che entro due anni potrà arrivare a un massimo del 33% attraverso un prestito obbligazionario convertibile. Kazunari in persona entrerà a far parte del cda come consigliere e un rappresentante del gruppo asiatico avrà sede a Milano con il compito di occuparsi della struttura finanziaria della maison. Parallelamente, Sequedge si impegnerà a sviluppare a suo carico una rete retail in Asia, che verrà gestita dai Capasa. Perché la crescita sul mercato orientale sarà proprio una delle priorità della partnership.

continua a pag. 11

L'haute beauty di Biologique recherche

Considerata l'haute couture dei trattamenti per la pelle, la metodologia Biologique recherche fa della personalizzazione il suo punto di forza. Amata da star del calibro di Sharon Stone, la società francese ha fatto dei trattamenti personalizzati il suo fiore all'occhiello. Presente in 35 paesi attraverso le Ambassade de la beauté come quella di avenue des Champs Elysée a Parigi, il progetto benessere unisce l'efficacia di oltre 200 prodotti a una metodologia affidabile e professionale. Per viso e corpo.

Ungaro, Giles Deacon in pole position

Nuovi cambiamenti in vista per Ungaro. La maison francese, di proprietà del magnate Asim Abdullah, avrebbe avviato una serie di colloqui per reclutare un nuovo stilista dopo l'affaire Lindsay Lohan e tra i candidati spicca il nome di Giles Deacon, considerato il candidato più accreditato. Nessuna conferma giunge dalla griffe che nei mesi scorsi era stata bersaglio di forti critiche per avere arruolato come consulente artistico la chiacchierata star hollywoodiana. Il suo debutto, nel settembre del 2009, al fianco della stilista vera e propria Estrella Ardis era stato talmente disastroso da arrivare all'appuntamento successivo nel marzo scorso con un divorzio già consumato. E da convincere il general manager Marie Fouriner, succeduta nell'incarico al business man franco-libanese Mounir Mouffarige, a iniziare la ricerca per una nuova guida creativa.

Bally sigla partnership con Art Basel

Partnership con Art Basel e Art Basel Miami Beach per Bally, che lancia con l'occasione il progetto Bally love, una capsule collection firmata da artisti di origine svizzera. La collaborazione vedrà il marchio elvetico di calzature, pelletteria e abbigliamento che fa capo alla finanziaria Labelux e al centro di un vigoroso piano di restyling, sostenere le attività delle due fiere di arte moderna e la contestuale presentazione, in occasione della prossima Art Basel 2010, della prima capsule, che si chiamerà Bally Love - Iconic editions #1 - Philippe Decrauzat. Per la prima edizione del progetto è stato infatti coinvolto l'artista svizzero, famoso per gli effetti ondulatori e le illusioni ottiche delle sue installazioni e opere grafiche. La capsule collection sarà poi messa in vendita nei principali punti vendita del brand.