

## Appuntamenti

I gioielli scultura di Pomodoro, le Kelly vintage di Hermès  
Le nuove aste fra lusso e cultura

di **Enrica Roddolo**

Collier e sculture di Arnaldo Pomodoro: una sfera in bronzo dorato, e una piastra in metallo argentato. Più una collana d'artista (foto, base d'asta 900-2mila euro). Sarà l'arte, non solo orafa, la protagonista dell'appuntamento con il banditore di Faraone Casa d'Aste il 15 novembre, al Four Seasons a Milano. In tutto 350 pezzi, top lot un anello in oro bianco con zaffiro Ceylon da 33,40 carati. E gioielli-pezzi unici, con l'ippopotamo come leitmotiv, disegnati dall'artista italo-



argentina, Micaela Signorini: creazioni parte di una collezione di oltre 6.000 pezzi, a tema. Solo online (fino al 16 novembre su [www.sothebys.com](http://www.sothebys.com)) ci si può invece assicurare una Kelly vintage, da una collezione privata di 128 lotti, tutti legati alla storia della maison avviata da Thierry Hermès ed entrata nella storia del lusso. All'incanto? La Himalaya Birkin 30 del 2015 (35-55 mila euro) e la Kelly 32 del 1992 (2-3 mila euro). Ma anche molti Carré di seta, partendo da basi d'asta di 100 euro.

# Effetto vinile e pelle tagliata al vivo Fay, rilancio di un marchio storico

Lo stilista Arthur Arbesser: qualità e confort, è questo che interessa ai giovani

**I**l maxy cappottone dei pompieri, ma in Pvc giallo spalmato effetto vinile. Quasi uguale per lui e lei, se non fosse per il dettaglio gros grain che lo rende un po' prezioso. Il trench Humphrey Bogart in pelle azzurro polvere, tagliato al vivo. La maglieria che sembra tessuta con il filo da pesca in nylon. Soffia un vento giovane su Fay. È quello portato da Arthur Arbesser, designer 36enne austriaco — occhi celesti un po' alla Harry Potter — che ha scelto Milano per amore della moda italiana (inizi da Giorgio Armani, per 7 anni, dopo gli studi alla St. Martin). «Nella moda in generale è sorpassata l'idea di lavorare per una generazione sola», racconta, facendo il punto sul suo primo anno di direzione creativa. Quasi ogni settimana prende il treno e va in azienda, a Civitanova Marche. La cosa che l'ha colpita di più? «Le persone. Non mi aspetta-



In alto, dal back stage, il trench in pelle. Sopra, Arthur Arbesser al lavoro. A destra, il maxy cappotto in Pvc



sottolinea Arbesser alla sua prima esperienza sull'uomo.

Le collaborazioni tra un marchio storico e un designer sono il diktat della nuova moda. Quali sono gli obiettivi che vi siete posti con l'imprenditore? «Non vogliamo perdere i clienti di sempre ma guardiamo alle nuove generazioni molto sensibili ai valori di qualità e confort. I giovani sono tornati ad apprezzare i capi senza tempo. E anche io, crescendo, riscopro il valore della praticità. So che per un designer sembra strano, e comunque posso scatenare la creatività con la mia sfilata». A Milano Arbesser ha trovato anche l'amore. Il suo compagno fa il chirurgo ma ad ogni presentazione si prende il giorno di ferie e con gentilezza accoglie gli ospiti. «Conviviamo dal 2006. Il matrimonio? Al momento non ne sentiamo la necessità».

**Maria Teresa Veneziani**  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La scheda

● Arthur Arbesser nasce a Vienna 36 anni fa. Dopo gli studi alla St. Martin si trasferisce a Milano (inizi da Armani). È direttore creativo di Fay da luglio 2017

● Fay viene lanciato in Italia alla metà degli anni 80 dalla famiglia Della Valle. La giacca ispirata a quella dei pompieri s'impone come mix di funzionalità, sport ed eleganza

## L'idea di Doucal's

# Occhiali 4.0 per filmare (e insegnare) l'artigianato



## Il capo simbolo

Il classico giaccone dei pompieri «quattro ganci» rivisitato nei tessuti e nei colori.

vo di trovare gente tanto orgogliosa. E poi la qualità. Ogni pezzo è sottoposto a otto tipi di lavaggi e se non supera questo test non va in produzione. Penso si tratti di uno dei pochi brand che offrono una garanzia sui propri capi».

Negli Anni 80 Andrea Della Valle durante un viaggio negli Usa scopre il brand che ha un'unica giacca come quella dei pompieri americani, lo compra e lo porta in Italia. La quattro ganci segnerà il cambiamento dello stile dei professionisti che rinunciano al cappotto blu. Come si rinnova un brand storico? «Non devi perdere il cammino. Sono capi molto solidi, che stilisticamente e tecnicamente funzionano. Alla cerata aggiungi un'altra tasca beige e sembra una rivoluzione». «È un brand più riconosciuto di quando si immagini. È un mondo nel quale mi ritrovo perché ho un padre che lavorava in banca», ride Arthur cresciuto in un ambiente anche artistico, «i nonni erano pittori». In Italia racconta di aver scoperto Fausto Melotti, «artista elegantissimo e super raffinato». E da Armani che cosa ha appreso? «Che per essere soddisfatto devi controllare sempre tutto, fino all'etichetta».

I tessuti della giacche «utility dal gusto perbene» vengono dal mondo unisex (l'uomo al momento vale 60%), ma la vestibilità resta diversa. «Idem i trattamenti, il check in bianco e nero nella donna è spalmato, così in negozio si crea subito il colpo d'occhio».

**AT.P.CO**

**JACK - DAN - SASA**

i modelli best seller nelle migliori vetrine di tutte le città d'Italia.

info: [pr@atpco.it](mailto:pr@atpco.it)

**L**a tecnologia come strumento per tramandare una tradizione artigianale. Gianni e Jerry Giannini, fratelli titolari dell'azienda marchigiana di calzature Doucal's, hanno creato, insieme a un team di esperti dell'Università Politecnica delle Marche, degli occhiali smart virtuali da far indossare ai loro artigiani. Sono accessori speciali, 4.0, perché memorizzano, tramite una videocamera e una scheda di memoria al loro interno, le abilità manuali dell'artigiano calzaturiero per agevolare la formazione del personale, ridurre gli errori, ottimizzare la produzione e tramandare le competenze aziendali. «Questo ci permette di poter trasferire le immagini di ciò che fa un artigiano esperto su un computer — racconta Gianni Giannini — un'agevolazione in ottica della formazione di giovani che non hanno abilità o non hanno competenze di studio su come si realizza una scarpa di alto livello. A loro basta vedere quello che hanno fatto gli altri artigiani e impararlo dal video». La tradizione e l'alta specializzazione del saper fare artigiano incontrano dunque la tecnologia che risolve, in questo modo, le difficoltà del mestiere da una parte e la ricerca del personale già qualificato dall'altra. «I file scaricati dagli occhiali restano a disposizione in archivio — conclude Giannini — nel momento in cui qualcuno volesse attingere a questo patrimonio di formazione»

**Federica Bandirali**  
© RIPRODUZIONE RISERVATA