L'intervista Francesca Ginocchio

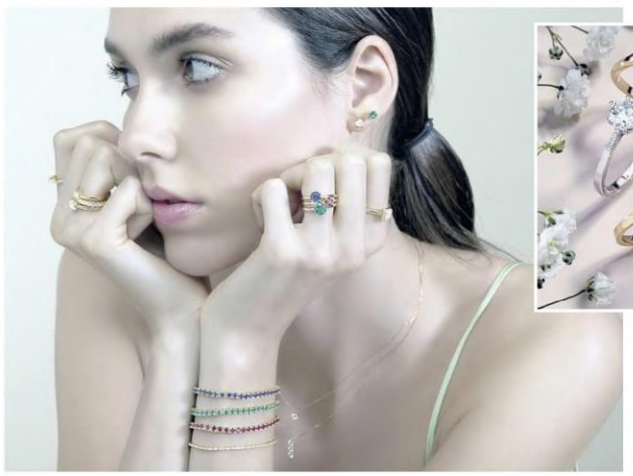
La global marketing advisor di Morellato Group racconta il progetto Live Diamond «Sostenibilità vuol dire pietre non estratte in miniera ma sviluppate in laboratorio»

«Ecco i gioielli ecologici che salvano il Pianeta»

Prezioso non è solo ciò che luccica, ma ciò che riesce a unire l'uomo alla sua responsabilità nei confronti del mondo che abita. Morellato ne ha fatto la sua bandiera per il nuovo marchio Live Diamond nato nel 2020. La nuova etichetta del gruppo utilizza solo diamanti ecologici, che vengono realizzati riproducendo in laboratorio le condizioni della natura a partire da un frammento di pietra, della quale mantengono intatte tutte le caratteristiche di purezza, lucentezza, colore e peso. Da quest'anno si aggiunge l'utilizzo esclusivo di oro riciclato. «È la nuova frontiera della gioielleria in tema di sostenibilità - spiega Francesca Ginocchio, global marketing advisor di Morellato Group - I giovani dimostrano un grande entusiasmo sui temi dell'ecologia e si rivelano estremamente ricettivi, lo stiamo riscontrando sul campo».

Qual è la filosofia alla base del progetto Live Diamond?

«Il Gruppo Morellato è da sempre attento alla sostenibilità e si impegna a promuovere tematiche ambientali, etiche e sociali attraverso progetti innovativi. In questi anni il gioiello è tornato ad essere una scelta emozionale, un oggetto prezioso che dura nel tempo. Abbiamo di conseguenza esplorato il mondo del diamante "lab-grown". Si chiamano così i diamanti ecologici ottenuti grazie al procedimento di accrescimento in laboratorio che posseggono tutte le caratteristiche di un diamante tradizionale ma evitano l'estrazione in miniera. Abbiamo ritenuto vincente il binomio preziosità e sostenibilità e lanciato questo nuovo progetto, espressione di lusso sostenibile ma accessibile, anticipando così una richiesta del mercato e della società».





A sinistra, bracciali tennis, pendenti, anelli e orecchini in oro riciclato con pietre Live Diamond. Sopra, anelli solitari



A sinistra, Francesca Ginocchio, global marketing advisor di Morellato Group A destra, due anelli del marchio Live Diamond: Valentino e Kate

Come è avvenuta la scelta del nome?

«La scelta è quasi arrivata da sola. Volevamo esprimere in un nome l'obbiettivo del nostro progetto: "far vivere il Pianeta" e quindi il diamante pensato "per la vita del Pianeta"».

Ci può spiegare il significato di diamanti e gemme colorate lab-grown?

«Sono pietre sviluppate in laboratorio dove vengono ricreate le stesse identiche condizioni che ritroviamo in natura: come un seme cresciuto in una serra. Le pietre ottenute attraverso questo procedimento mantengono le stesse proprietà fisiche, chimiche e ottiche dei diamanti tradizionali: colore, purezza, caratura e taglio, con una certificazione ad hoc da parte di Igi, l'International Gemmological Institute».

Quindi non è prezioso solo ciò che luccica...

«Infatti. I gioielli Live Diamond sono preziosi per le loro qualità intrinseche e per quello che rappresentano per la salvaguardia del Pianeta. Il procedimento lab-grown, infatti, riduce significativamente l'impatto ambientale ed è socialmente responsabile».

Il pezzo più venduto?

«L'anello con il diamante solitario che suggella spesso una promessa o celebra un momento importante. Un grande successo ha anche l'anello Kate (che prende ispirazione dall'anello di Diana d'Inghilterra) con smeraldo e diamanti».





La novità prevede anche l'oro?

«L'utilizzo dell'oro riciclato è la nuova frontiera della gioielleria in tema di sostenibilità. Live Diamond ha anticipato questa tendenza con una special edition la scorsa primavera e a partire da questa stagione tutti i gioielli sono realizzati solo con oro (bianco o giallo) 100% riciclato e certificato da Rjc (Responsible Jewellery Council)».

A chi si rivolge questo progetto?

«Live Diamond si rivolge sicuramente ai più giovani, la fascia che va dai 20 ai 30 anni, quella più attenta alla sostenibilità e anche molto più consapevole e informata, oltre che attratta dal costo più accessibile dei gioielli ecologici».

Come si concilia la sostenibilità con il design e la creatività all'interno del progetto?

«L'ispirazione del design di Live Diamond nasce dalla gioielleria tradizionale per rispondere all'esigenza di chi, anche nella scelta di un gioiello che duri nel tempo, ricerca contenuti di sostenibilità. Per la prossima stagione il progetto prevede di affiancare ai modelli tradizionali, proposte contemporanee in linea con le richieste di un pubblico giovane».

Camilla Gusti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL PROCEDIMENTO LAB-GROWN MANTIENE INTATTE TUTTE LE PROPRIETÀ FISICHE: COLORE, PUREZZA, TAGLIO E CARATURA

D'ORA IN AVANTI PER LE NOSTRE COLLEZIONI UTILIZZEREMO SOLO L'ORO RICICLATO AL CENTO PER CENTO E CERTIFICATO

Bomber e parka in stile militare con stampa camouflage e maxi logo

IL BRAND

Cappotti e piumini in cui soluzioni tech, lana e cotone vanno a braccetto. Il focus è sulla sostenibilità, sui giubbotti aviatore e sui chiodi, evergreen per le donne. È una capsule in stile militare quella che Blauer Usa di Enzo Fusco presenta per l'inverno 2023/'24. Il patron e mente creativa di FGF Industry, gruppo fashion veneto, spiega: «Crediamo nei capi sostenibili, apprezzati dai giovani che sono molto più sensibili all'argomento di quanto io lo fossi alla loro età. I ragazzi preferiscono fare un viaggio in più e acquistare un giubbotto in meno, dando valore alla qualità».

LA PLASTICA RICICLATA

Blauer ci crede: lo dimostra la linea di piumini e gilet fashion con imbottiture ecologiche Sorona e Repreve, materiali eco-compatibili ricavati dalla plastica riciclata «che tengono il calore in modo molto simile alla piuma». Per l'uomo, ecco gli immancabili bomber, i parka, i giubbotti dal rimando militare e le field jacket multitasche. Sia i capi classici reversibili sia quelli tecnici hanno cuciture termosaldate Thermofix, con interno in soffice ecofur. E torna la stampa camouflage su giacche uomo e donna, con maxi logo nei cappucci. Per la donna Blauer arriva il nuovo tessuto con la lavorazione plissè per giacche e cappotti. La collezione comprende poi pellicette sintetiche sfiziose abbinate a tessuti tecnici.

BLAUER USA LANCIA LA CAPSULE PER IL PROSSIMO INVERNO: NUOVO TESSUTO PLISSÉ MENTRE IL CHIODO PER LEI RESTA IL PREFERITO



A sinistra, tanto colore per la donna Blauer Usa. Sopra, il piumino camouflage con maxi logo

LA CAPSULE

E poi i due in uno: cappotti caldi con interno in eco piuma rimovibile. «Chi sceglie Blauer vuole qualità sempre aggiornata. Anche per questo ho voluto dare più spazio a lana e cotoni, trattati in maniera tecnologica». E ritorna anche il giubbotto con il taslan, il tessuto della polizia americana con cui Blauer Usa è nato. E l'aviatore stile Tom Cruise *Top Gun 2* «ma con meno patch, più pulito. Come sempre il cinema e la musica influenzano la moda». La pelle è un evergreen femminile: «Per lei, su dieci capi venduti nove sono chiodi». A completare la proposta, la capsule no gender B.Tactical: venti pezzi ispirati alle divise di polizia ed esercito Usa.

Paola Pastorini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

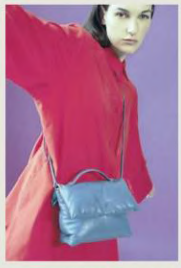
GUARDACHEROBA



di Simone Guidarelli

Se la borsa è morbida e sembra un cuscino

L'inverno ci costringe a portare con noi sempre tante cose che possono esserci utili: guanti, sciarpe caldissime, copriorecchie, abbiamo quindi bisogno di borse che uniscano il design alla capienza. E in giro se ne trovano di tante fogge per tutti i gusti: Moncler le presenta coloratissime in tessuti tecnici e forme morbide, Act N1 in tulle che sembrano uscite da un cielo di nuvole, Celine compatte e con macro logo in evidenza. Ma quest'inverno il premio alla borsa più comoda e divertente va alla Vitto Bag by Gava: morbida, capiente, colorata, ma al tempo stesso soffice e morbidosa come un cuscino. Gava è un nuovo progetto creativo nel panorama degli accessori: si tratta del laboratorio creativo e di ricerca di Gavazzeni, celebre brand



LA VITTO BAG BY GAVA È IL NUOVO PROGETTO TRA ARTE E MODA DI ELENA GAVAZZENI

italiano di borse e piccola pelletteria, autentico esempio di eccellenza e artigianalita. Puffy e morbida, la borsa viene proposta nei classici nappa liscia e suede. Da portare a mano come una clutch o a tracolla, Vitto bag, espressione della contaminazione tra arte e moda, si fa portavoce di una estetica contemporanea e si rivolge a un pubblico giovane e non convenzionale. Elena Gavazzeni, gia` titolare del brand Gavazzeni, con questo nuovo progetto amplia la sua ricerca stilistica che va dall'arte alla fotografia, includendo grafica e design. Vitto è un accessorio trasversale da indossare per andare in ufficio fino all'aperitivo con gli amici. Un nuovo oggetto del desiderio da mettere nella lista dei regali di Natale e sicuramente utile da usare anche come cuscino magari dopo il cenone per un sonnellino in pieno stile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA