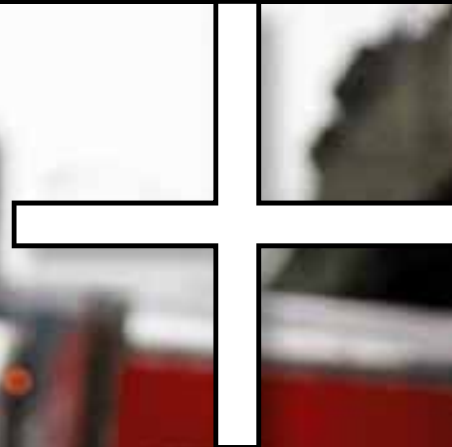


S

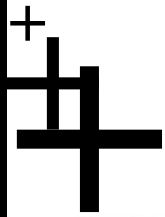


## NEW STYLE

- ▶ **OCCHIO DA SARTORIALIST**  
Incontro con Scott Schuman, il blogger di moda più autorevole del momento
- ▶ **AI TEMPI DI FACEBOOK**  
I social network stanno influenzando profondamente il settore. Vi spieghiamo in che modo
- ▶ **E ADESSO MI FACCIO LA TV**  
Renzo Rosso racconta i suoi progetti. Per festeggiare un compleanno importante. Ma non solo

## NEW MEDIA

- ▶ **LA SPERANZA DI GAP**  
Il colosso americano del casual è nelle mani di Patrick Robinson. Ecco come si è messo al lavoro
- ▶ **PROFESSIONE BUYER**  
Serve andare alle sfilate? Serve molto di più affidarsi al passaparola. L'opinione di Danilo Cascella
- ▶ **SILENZIO, PARLA LACROIX**  
Il gran signore della couture parigina dice la sua su passato, presente e futuro del suo mondo



# PROFESSIONE BUYER

SEMPRE A CACCIA DI NOMI ORIGINALI PER LE SUE TRE BOUTIQUE, DANILO CASCELLA CI RACCONTA CHE COSA LO GUIDA. E PERCHÉ AFFIDARSI AL PASSAPAROLA È PIÙ UTILE CHE ANDARE ALLE SFILATE

DI GIANLUCA LO VETRO

**È** un compratore atipico che si muove come un motore di ricerca: senza andare alle sfilate ma scovando per il mondo, negli scantinati e nei laboratori, quelle che diventeranno le nuove tendenze. «Mi spingo proprio dove gli altri non vanno», tiene a precisare Danilo Cascella, che con la famiglia possiede le tre boutique Cascella a Roma (Hotel Cavalieri), a Pescara e soprattutto a Porto Cervo. Sicché questi punti vendita sono una passerella di novità internazionali: un network che spesso lancia nuove realtà dello stile. «The show in the shop», per dirla con la filosofia di questo giovanotto, «dove in mezz'ora puoi trovare quanto di più cool esista al mondo». Non a caso, tra clienti come Michael Douglas, Barbara Berlusconi e Kate Moss, un'occhiatina ai caleidoscopici scaffali di Cascella gliela butta sempre anche Valentino, quando approda in Sardegna.



L'approccio creativo al commercio è una dote di famiglia in casa Cascella, guarda caso imparentata col celebre scultore Pietro. Fa testo la storia di Umberto, padre di Danilo e fondatore di questo circuito alternativo di boutique. «Nel '67 – ricorda il buyer – l'Aga Khan cominciava a costruire la Costa Smeralda con l'intento di farne la meta del turismo più esclusivo. Il luogo ideale, pensò mio padre, per aprire un punto vendita di lusso». Il principe, però, non era della stes-

sa idea: «Per ora qui abbiamo bisogno solo di servizi basilari, tipo il barbiere», disse all'aspirante imprenditore. «D'accordo – rilanciò Umberto senza perdersi d'animo – se mi fa aprire un negozio di vestiti, le impianto un'attività di barberia». Così è nata l'attuale boutique nella piazzetta di Porto Cervo. E non c'è da stupirsi che qui l'intraprendente Danilo abbia portato i primi capi di fenomeni come DSquared2, Frankie Morello e Jenny Packham.

## I SEI DA TENERE D'OCCHIO SECONDO IL TALENT SCOUT

### 2B

Griffe di street couture femminile nata nel 2005. Ogni modello è ideato e realizzato a mano dalla designer greca Vaso Moubayiacoglou, che dalla prossima stagione firmerà anche una linea uomo. 2B è caratterizzato da un caleidoscopio di stili e materiali ricco di provocazioni kitsch. Oltre che con i tradizionali Swarovski, infatti, gli abiti sono decorati con pupazzetti, portachia- vi, stemmi di squadre di basket, tappi di bottiglie e addirittura veri marchi di automobili.

### TUVANAM

Anche Mariah Carey ha indossato gli abiti di Tuvana Buyukcinar, stilista turca che disegna un abbigliamento sexy e colorato. I suoi vestiti di cristalli e di Swarovski, spesso dalle linee charleston, sono stati definiti *sparkling*, effervescenti. Del resto questa creatrice, che ha cominciato a lavorare nella moda come stylist, ha fatto gavetta come costumista teatrale e televisiva. La sua collezione Tuvanam, nata nel 2004, è ora in vendita anche da Harrods e da Le Bon Marché.

### AGHY'S

L'etichetta è il genitivo sassone di Aghy, soprannome con cui gli amici chiamano Agata Menegaz: un'originale creatrice italiana che firma arazzi e tappeti in preziosi pellami rigorosamente europei stampati a mano nel nostro Paese. L'immaginario della designer di origini veronesi è popolato da animali e geishe. Anche se i committenti dei suoi lavori possono richiedere opere personalizzate. Aghy realizza anche manufatti per gli interni delle barche, firmando una collezione yacht.



Due modelli di Tom Rebl.

Ormai, il suo modo di lavorare è noto in tutto il mondo. «Col passaparola – racconta – si è creata una rete di informatori che mi segnala tutte le novità. E se prima ricercavo, oggi seleziono». Gli stilisti – viene da pensare – faranno a gara per conquistarsi un corner da Cascella. «E invece capita che taluni mi snobbino – ribatte Danilo. Sembra che non vogliano ascoltare. Per me, comunque,

l'importante è il cliente. Tutto è scelto in sua funzione». A maggior ragione, dunque, abbiamo chiesto a questo talent scout di segnalarci sei nuovi marchi di moda sui quali scommettere. Risultato: la tabella che segue, con una sorpresa. Un brand di techno-tailoring che personalizza computer, palmari e affini. «Perché la tecnologia – conclude Cascella – è l'accessorio più cool». ●

di Sonia Spagnol

#### **TOM REBL**

Ex direttore creativo di Andrew MacKenzie, firma un abbigliamento maschile sartoriale. Di origini tedesche, Tom Rebl si affida a piccole aziende e ad artigiani italiani per realizzare capi spalla profilati di pelliccia o in materiali pregiati come cachemire e seta. Molto ricercati anche i suoi jeans sottoposti a sei differenti lavaggi e le calzature con trattamenti vintage.

#### **VICRI**

Fantasie esclusive, armonia caotica dei colori e materiali di altissima qualità sono gli ingredienti di Vicri: brand portoghese che firma abbigliamento maschile. Le sue camicie caleidoscopiche, le giacche operate e le cravatte vivaci hanno già conquistato Londra e i mercati statunitensi.

#### **I-AM**

L'ultima scommessa di Danilo Cascella: più che una linea, un servizio realizzato con l'italianissimo Alex Turco per la personalizzazione dei computer portatili o di qualunque altro strumento tecnologico, dal palmare al televisore. Qualsiasi immagine, mediante sottilissime pellicole resinose e glitterate, può essere attaccata al proprio apparecchio, trasformandone la cover. All'estremo di questa techno-customizzazione, l'applicazione di pietre preziose, compresi i diamanti.