



Per te o per lui l'appassionante film sulle mitiche Harley-Davidson cubane.

HOME / MODA / STILE / IL DENIM SALVA HI-TECH

IL DENIM SALVA HI-TECH

Diesel+Lapo per il nuovo jeans in carbonio.



credits: Courtesy Photo

Giovedì, 9 settembre 2010

«Figliolo ti voglio dire solo una parola: plastica». «Plastica?» «Sì, il futuro sarà la plastica». Era il 1967 e ne *Il Laureato* al trentenne **Dustin Hoffman** veniva fatto dono di un possibile business. **Lapo Elkann** se lo è detto da solo: «carbonio». E ci ha messo poco a lanciare il suo (ennesimo) business: **Italia Independent** (holding con cui **Lapo** ha rilanciato l'occhiale mania) si arricchisce di una nuova collaborazione, **99%denim 1% Carbon = Blu Safado**, la linea di jeans che ha creato con **Diesel**. Un'avventura che unisce i due cugini d'impresa (e amici nella vita) **Stefano Rosso** e **Lapo**: un denim creato con tutti i diktat qualitativi del brand veneto (in primis il modello best seller, lo slim) e la curiosità del rampollo di casa Agnelli.

La sfida inizia già con la formula per presentare la linea: una conference call in cui i giornalisti interagiscono con Rosso e Lapo via webcam poche ore prima del lancio del nuovo modello nello store milanese. Naturale per il primo, eccitante per il secondo, il progetto è stato benedetto da papà **Renzo** (che presenziando alla conference ha reso il tutto un quadretto di famiglia). Così i due ragazzi (cresciuti) del made in Italy hanno progettato un denim che assicura un safe environment per le gambe vista l'aggiunta al tessuto di fibre di carbonio che schermano dalle onde eccessive. «Un jeans capace di tutelare il corpo anche dai BlackBerry», scherza Lapo che ha fatto dell'**hi-tech** un semplifica-vita anche per i suoi dipendenti.

Non solo denim ma anche mini tributo grazie ai dettagli tricolore (interni e logo) che omaggiano i 150 anni dell'Unità d'Italia per il jeans che entrambi definiscono «il capo più democratico che ci sia, indossato da Obama come da Reagan». Un po' meno democratico nel prezzo, 295 euro («un prezzo per nulla eccessivo se si considerano i materiali per un capo che io per primo vivo quotidianamente» si difende Lapo, «segno di una qualità maniacale tanto da diventare quasi un capo tailoring» dichiara Stefano) il nuovo jeans-must non ha bisogno del marketing ideologico - vedi ultimo tormentone **Be Stupid** di **Diesel**- «si vende da solo, basta indossarlo» sentenzia Lapo. Per la precisione in circa 200 boutique limited: **Colette**, **10 Corso Como**, **Biffi**, **Barney's**. Democratici, dicevamo.

Manuela Ravasio

Archivio Stile >>

tags: blackberry | carbonio | denim | diesel | dustin hoffman | hi-tech | italia independent | jeans | milano | renzo rosso | store

E tu cosa ne pensi?

COMMENTA

ricerca sfilate

ricerca modelle

nazionalità

occhi

capelli

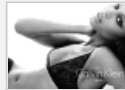
CERCA

QUICK LINKS

- ▶ MARIE CLAIRE ENFANTS
- ▶ MARIE CLAIRE TRAVEL
- ▶ MARIE CLAIRE BIS SHOPPING
- ▶ I VINCITORI DEI BEAUTY AWARDS 2010
- ▶ L'OROSCOPO DI SETTEMBRE

latest news

più commentati



VIDEO: ZOE SALDANA PER CK

La campagna della linea di lingerie Envy per l'A/I 2010.

STILE



EMMY AWARDS 2010

Mad Men trionfa e Claire Danes risplende in Armani Privé.

CELEBRITY WATCH



VIDEO: VUITTON È BRIT

Un corto diretto da Zoé Cassavetes per l'inverno 2010.

STILE



JESSICA E IL MARKETING

Per la sua sfilata di New York sceglie modelle "curvy".

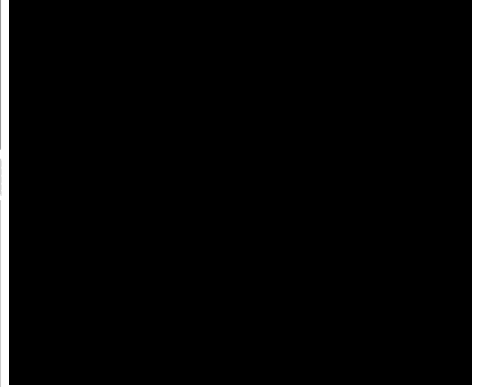
STILE



JEANS SUPERSTAR

Ispirazione celebs: 8 modelli di denim per night & day.

CELEBRITY WATCH



ADV

Abbonati Online