

TREND DAL MONDO

DI FEDERICO POLETTI

22 OTTOBRE 2016

L'Oro a 24KARATI In Una Luxury Bag Made in Italy. The Celebrity Wishmaker Simonetta Lein incontra gli imprenditori Giulien Tosca e Daniel De Faveri.

"Mi sono ispirata al restauro di mobili antichi per arricchire la mia passione per la moda e creare pelletterie da sogno. Qui vi racconto come **24KARATI** è un marchio nato in Italia e che sta conquistando il mondo."



Scoprire brand emergenti e innovativi è una mia grande passione, ancora di più se dall'America mi viene segnalato un marchio italiano. Una delle mie missioni è portare il Made in Italy nel mondo, far innamorare gli altri di ciò che per me rappresenta la bellezza che spesso l'Italiantà ha in un DNA che è solo nostro. Poco prima di partecipare, alla appena passata **New York Fashion Week** come Top Model e Fashion Icon, mi è stato proposto in visione un marchio italiano di borse. Ho aperto il loro sito www.24k-luxurydesign.com e me ne sono immediatamente innamorata. L'unicità di questo brand? L'uso dell'oro zecchino nella creazione dei loro prodotti, borse e pelletterie che ogni donna vorrebbe avere. Credo che **24KARATI** sia uno di quei marchi Made In Italy che ci farà molto orgogliosi nel mondo.

"Siamo due giovani stilisti, io **Giulien Tosca**, socia unica dell'azienda, diplomata in storia della moda e del costume a Padova e **Daniel De Faveri**, CEO e aiuto stilista. Dopo aver maturato alcune esperienze a Londra, come aiuto designer, mi sono specializzata nel restauro di mobili antichi e pezzi d'arte nell'attività di mia madre. La mia specializzazione, l'applicazione di foglia in oro su cornici e statue, presto mi ha portata ad immaginare uno sviluppo del materiale (la foglia d'oro appunto) su un progetto di moda, da sempre la mia passione più grande.

Ho così provato a testare la fattibilità dell'applicazione dell'oro sul pellame, un materiale che finora nessuno ha mai usato sulla pelle. Dopo vari test e prove sono arrivata a sviluppare i primi prototipi delle borse, ho scelto la pelletteria perché ho sempre amato borse e scarpe, inoltre l'accessorio mi dava la possibilità di sfogare la mia creatività al meglio. Così nello scorso marzo 2016 ha preso vita la prima collezione del brand Gold Luxury Collection. A seguito di un'attenta analisi, abbiamo deciso di non usare, come è solito fare, i nomi dei designers per il marchio, ma abbiamo voluto concentrare la forza della caratteristica dell'oro dando nome al brand **24KARATI**. Un nome che rappresenta al meglio la preziosità del metallo donando all'accessorio prestigio e valore unico. Da qui è nata l'azienda **Giuden Luxuy Design**, che si è posta l'obiettivo di varcare i confini mondiali dell'esclusività e del lusso.

Daniel De Faveri, prima di tutto amico, più giovane di me, conoscenza approfondita su Londra, deriva invece da esperienze di manager nelle boutique londinesi ma con un'innata passione per la moda e il design. È stato successivamente aiuto stylist per Leo Belicha, stylist brasiliano che veste le star, Daniel attualmente ricopre il ruolo di ceo e aiuto stilista nella nostra azienda."

"Dopo l'esperienza maturata nel restauro con il metallo prezioso in foglia, ho immaginato una donna alla ricerca di un'esclusività unica, non solo una borsa ben fatta, ma una borsa gioiello, che esulasse dal solito marchio conosciuto e diventasse ormai commerciale, una donna colta, elegante, di cultura araba, una donna che non potendo sfoggiare abiti, catturi l'attenzione indossando un accessorio raro.

La donna islamica, inoltre, costretta a regole ferree da parte della religione, spesso sottomessa rispetto all'uomo, avrà così l'opportunità di indossare l'unico piacere che l'uomo non può permettersi: difatti il Corano gli vieta l'utilizzo dell'oro. Un messaggio sottile ma che fa parte del nostro pensiero e quindi anche di **24KARATI**, che elogia la donna e il rispetto per essa.

L'oro, d'altronde, è da sempre il metallo più ambito nel mondo, ma nel patrimonio islamico, assume significato religioso e culturale. **L'oro poi significa lusso, gioiello, ha luce propria, brilla ed è stato il primo metallo usato dagli umani come ornamento, insomma fa parte della storia di tutti noi.**"

Un messaggio profondo dietro un prodotto gioiello che può far sentire qualsiasi donna una principessa. Un inno alla donna e alla sua libertà d'espressione, tutto **Made in Italy**.

"Siamo italiani e sappiamo apprezzare le magnificenze del nostro Paese, non ultimo l'artigianato, in Italia abbiamo le migliori produzioni per la pelletteria, noi ci appoggiamo ad un laboratorio toscano che produce per noi marchi mondiali, le pelli, i tessuti e gli accessori che scegliamo sono tra i migliori nel mercato e vantano di una qualità rara. Un'accurata attenzione va agli accessori che sottoponiamo ad un processo di galvanica che prevede l'utilizzo di palladio e oro con uno spessore tale da impedire il deterioramento per consumo, ciò inoltre assicura brillantezza e preziosità a loghi, fibbie, ganci, ecc."

Possiamo avere dettagli in più sulla collezione?

"Gold Luxury è una capsule collection, formata da 5 pezzi esclusivi, una collezione continuativa che non prevede stagionalità, abbiamo scelto di utilizzare pelli di vitello pregiatissime rigorosamente Made in Italy, le nostre pelli sono poco lavorate per mantenere le caratteristiche di naturalezza che ci permettono poi di applicare la foglia in oro puro. I nostri modelli si ispirano alle celebri forme della storia della borsa, la rivisitazione della cartella per **Bahira** e del bauletto per **Subeila**, ne sono l'esempio. Abbiamo invece ideato completamente noi il modello **Abir**, che è una nuova forma, ispirata ad un vaso. L'applicazione dell'oro a 24kt avviene a mano, ciò rende ogni modello un oggetto unico con caratteristiche diverse da ogni altro, l'increspatura del materiale può apparire liscio appena applicato e assumere più grinzine con l'utilizzo o a seconda della trama della pelle, così ogni modello assumerà nel tempo un aspetto vissuto mantenendo però le qualità.

I disegni su cui applichiamo la foglia d'oro rappresentano il segno identificativo del brand, sono ispirati ai motivi geometrici dei mosaici moreschi - islamici, credito va al Castello di Sammezzano, architettura spettacolare sita in toscana, che con i suoi magnifici mosaici, che decorano tutto il castello, ci ha suggerito la trama. Altra caratteristica di **24KARATI**, un lingotto placcato oro, appeso come uno charm su alcuni modelli, che volutamente richiama la ricchezza e il lusso. **Gold Leather Goods collection**, è invece la nostra linea di piccola pelletteria, 2 modelli di portafogli e una pochette cosmetique, abbinabili alla collezione delle borse. I colori di collezione scelti sono volutamente accessi ma eleganti, **rosa** il colore della donna, **blu denim** per chi ama farsi notare ma con raffinatezza e **capuccino**, un colore tenue di facile abbinamento sempre alla moda, poi il **nero** un classico nell'armadio di tutte noi.

24KARATI non pone limiti, difatti, come il significato antico di lusso, che prevedeva la personalizzazione del capo, intendiamo lasciare spazio alle nostre clienti, che potranno scegliere tra 80 colori e personalizzare così il loro modello, consideriamo anche altre richieste di personalizzazione che ovviamente vengono valutate ed eventualmente prevedono un sovrapprezzo."

Qual' è la vostra rete di vendita?

"Attualmente **24KARATI** si sta inserendo all'interno di boutique e duty free della Korea del Sud, Cina, America del nord, siamo presenti in un e-commerce nel Qatar e in Italia stiamo trovando gli spazi giusti per inserirci con esclusività, l'ambizione è di creare una nostra rete mono-brand. E ovviamente il digital store nel sito www.24k-luxurydesign.com "

Oltre a fare un prodotto bellissimo che ha una storia alle spalle davvero importante **24KARATI** è un brand impegnato nel mondo del **charity** e questo ci fa ancora più innamorare di voi.

"Siamo molto attenti alla possibilità di sostenere ideali con la nostra presenza, difatti quasi a voler ringraziare il castello di Sammezzano dell'ispirazione che inconsapevolmente ci ha fornito, siamo diventati sponsor ufficiale di un movimento nominato "Save Sammezzano", che si pone l'obiettivo di valorizzare e recuperare l'architettura e renderla di accesso pubblico. Poi sosteniamo la **The Wishwall Foundation**, una fondazione Americana che ci ha colpito molto per i suoi scopi morali che rievocano sapore di pace e felicità, è presente nel sito www.thewishwall.org una nostra borsa **Amal** acquistabile con donazione che permetterà la realizzazione di sogni e desideri di valore sociale. Sempre con loro doneremo per il periodo natalizio attraverso **Charitybuzz**, il famoso sito americano di aste charity più gettonato tra le star, una nostra borsa, che verrà battuta all'asta con lo scopo di raccolta benefica."

24KARATI è presente sulle testate di Vogue Accessory Italia e Harper's Bazaar UK e nei **social** racconta ogni giorno nuovi **scatti** della collezione e concetti di lusso esclusivo. Sono orgogliosa di aver calcato le passerelle della **New York Fashion Week** indossando un vostro prodotto, di avervi un po' scoperto dall'America, di condividere con i miei lettori l'arte che c'è dietro ogni vostra creazione che racconta al meglio quel made In Italy di cui dobbiamo essere orgogliosi.

24KARATI è un prodotto innovativo, di impatto sul mondo del fashion mondiale, luxury ma che fa anche del poche ciò che sostiene progetti benefici importanti. Un brand che può rendere molto fiero il Made In Italy nel mondo.

Grazie Giulien e Daniel, continuate così.

Come sempre realizzate i vostri sogni.

Da Philadelphia, The Celebrity Wishmaker Simonetta Lein

22 ottobre 2016 [DESIDERIAMO](#)
 24karati, bag, borsa, gold, luxury, New York Fashion Week, oro, simonetta lein

UN COMMENTO

franco lenna scrive:
 23 ottobre 2016 alle 12:00

Simonetta stai diventando l'ambasciatrice del made in Italy negli USA. E dimostri anche tutto il valore e le qualità del made in Italy. Ottimo lavoro. Grandi!!!

Rispondi

Lascia un commento

Nome (obbligatorio)

Indirizzo mail (non sarà pubblicato) (obbligatorio)

Indirizzo sito web

INVIARE IL TUO COMMENTO

Questo sito utilizza cookie tecnici e di profilazione, anche di terze parti, per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Per saperne di più [leggi la nostra informativa](#). Se clicchi su Accetta acconsenti a tutte le utilizzazioni. Per visualizzare la lista dei partner [clicca qui](#). Se invece vuoi personalizzare le tue scelte [clicca qui](#). Potrai sempre modificare le tue preferenze cliccando sul link "Privacy" in fondo alla pagina.

Chi sono



Un team di trend setter, giornalisti, blogger e appassionati di stile, sotto la guida di Federico Poletti, talent scout e globe trotter instancabile, alla ricerca di nuove tendenze in giro per il mondo. Dalle fashion capital fino ai paesi più insoliti un dato è certo: la moda non ha confini. Scopriamoli insieme.

@fedepoletti

Cerca nel blog

Cerca

Articoli recenti

Versace il genio dionisiaco della moda
 #BeExotic con Desigual
 La Mercedes Benz Fashion Week di Madrid
 TERRAZZA BONAVERI OPENING NIGHT
 Hive Tattoo Art Gallery: quando il tatuaggio incontra l'arte

Commenti recenti

franco lenna su L'Oro a 24KARATI In Una Luxury Bag Made in Italy. The Celebrity Wishmaker Simonetta Lein incontra gli imprenditori Giulien Tosca e Daniel De Faveri.

Anita Donisi su Vivi un sogno e supporta The Wishwall Foundation, by Simonetta Lein The Wishmaker on Charitybuzz

review su Brasil Beyond Fashion

Milton su Il nuovo trend: IL BENE GENERA BENE. By Simonetta Lein

cupido82 su VIRAL NEWS: L'UOMO VISTO DA ADOTTAUNRAGAZZO.IT

Archivi

ottobre 2017

settembre 2017

agosto 2017

luglio 2017

maggio 2017

aprile 2017

febbraio 2017

gennaio 2017

dicembre 2016

novembre 2016

ottobre 2016

settembre 2016

agosto 2016

luglio 2016

maggio 2016

marzo 2016

febbraio 2016

gennaio 2016

dicembre 2015

novembre 2015

ottobre 2015

settembre 2015

agosto 2015

luglio 2015

giugno 2015

maggio 2015

aprile 2015

marzo 2015

febbraio 2015

gennaio 2015

dicembre 2014

novembre 2014

ottobre 2014

settembre 2014

agosto 2014

luglio 2014

giugno 2014

maggio 2014

aprile 2014

marzo 2014

febbraio 2014

gennaio 2014

Categorie

DESIDERIAMO

Senza categoria

Trend dal Mondo

Meta

Accedi

Voce [RSS](#)

[RSS](#) dei commenti

WordPress.org