

## Retail+Web

Herno apre uno store a Tokyo Aoyama

M. CASABE PAG. 20



Giantesco. L'interno del Dubai Mall che ospita 1.200 negozi, un acquario e 200 ristoranti distribuiti su oltre un milione di metri quadrati. Ogni giorno viene visitato da 200mila persone

## Stili+Tendenze

Formichetti (Diesel): «Cambierà la moda»

A. FLACCAVENTO PAG. 22



## Beauty+Benessere

Acqua di Parma declina nuovi prodotti per il viso

M. GERVASIO PAG. 24



## COVER STORY

# «Dubai capitale della moda»

Per Alabbar (Emaar Properties) l'emirato è l'hub ideale verso l'Asia e 2,5 miliardi di fan del lusso

di Giulia Crivelli

● Mohamed Alabbar è uno degli uomini più ricchi e potenti di Dubai. Fondatore e presidente di Emaar Properties, un gruppo da 2,8 miliardi di dollari di fatturato e 60 milioni di utili netti nel 2012, ha 52 anni e sette figli, cinque femmine e due maschi. Alabbar indossa sempre la classica veste bianca degli arabi, ma non porta i tradizionali sandali, bensì scarpe in pelle strappate, molto occidentali, «i marchi? Ferragamo, sono le mie scarpe preferite e quelle che più si adattano al miei piedi», spiega divertito, scontento di essere ancora un uomo del deserto e la mia grande passione restano i cavalli. Ma subito dopo viene il made in Italy. Emaar Properties si occupa di real estate e negli ultimi vent'anni ha firmato più importanti progetti immobiliari di Dubai, estendendo poi i suoi interessi all'India e alla Turchia e spaziando dal residenziale al commerciale, dagli shopping mall agli alberghi. «È un lungo periodo e ogni collaborazione parte da una visione comune: un

esempio perfetto è la partnership con Giorgio Armani. Nel 2010 abbiamo aperto il Primo Armani Hotel a Residences proprio qui a Dubai, all'interno del Burj Khalifa, e l'anno dopo abbiamo inaugurato quello di Milano, in via Manzoni. Le prossime tappe sono altre città globali come New York, Londra, Parigi e Shanghai. In Medio Oriente, come in tutto il mondo, Armani è considerato il principale ambasciatore della moda e dello stile di vita italiano e all'interno del Dubai Mall i negozi dei marchi che fanno parte dell'inverso Armani sono tra quelli di maggior successo».

Alabbar però non è interessato solo ai grandi nomi della moda e del lusso italiano vuole conoscere e far conoscere anche l'architettura e il design made in Italy e gli stili emergenti. «Qualche anno fa contattammo Mario Bellini insieme a un amico, siamo sulla costruzione di un ponte sospeso su una parte della città, ma alla fine non troviamo la soluzione giusta. Solo che per me, e credo anche per Bellini, la parola impossibile non esiste: è nascita di quel ponte è solo rimandata. Quanto alla moda, ci interessa intensamente il Dubai Mall (1.200 negozi e 200 ristoranti distribuiti su oltre un milione di metri quadrati, solo in Cina c'è un mall ancora più gigantesco), marchi ancora poco conosciuti, ma che potrebbero essere gli Armani di domani. Anche per questo abbiamo stretto una partnership con Vogue Italia e organizzato la Vogue Fashion Dubai Experience: stasera (terzi sera per chi legge, ndr) ospieremo una sfilata di stilisti emergenti italiani e mediorientali e resteremo aperti fino alle 3 di notte, anziché fino a mezzanotte. Aspettiamo 500mila visitatori, mentre di

solito ne abbiamo 200mila al giorno». L'evento è stato annunciato in febbraio e coinvolge direttamente marchi italiani come Roberto Cavalli, DSquared2, Fendi, Italia Independent (vedi l'articolo a fianco), Max Mara, Moncler e Versace, mentre Cruciani è tra gli sponsor ufficiali. «Come tutto quello che facciamo, questo è un progetto nato per durare nel tempo, vogliamo avere un grande evento così o anche più grande e articolato ogni anno», dice il presidente di Emaar Properties. «In passato avevamo parlato con altri operatori regionali del real estate e dei retail con le istituzioni di Dubai con l'obiettivo di creare una vera fashion week, ma ci siamo resi conto che sarebbe forse controproducente compiere ulteriormente il calendario mondiale della moda. Però vogliamo che Dubai diventi la capitale della moda e del lusso del Medio Oriente e non solo: ci sono 1,5 miliardi di persone che possono raggiungere la città con il massimo tempo di volo e nel 2014 il nostro aeroporto, con 2 miliardi di passeggeri, supererà Heathrow e diventerà il primo scalo al mondo. Siamo un'ideale ponte con l'Asia e tutti sappiamo quanto siano importanti i mercati del Far East per i marchi italiani. Lavorando insieme, Dubai può ambire a essere un fashion hub per 2-3 miliardi di consumatori: oggi abbiamo moltissimi turisti dalla Cina e da altri Paesi asiatici e in futuro non potranno che aumentare».

www.moda24.ilsol24ore.com

La sfilata di ieri sera dei giovani stilisti italiani e mediorientali al Dubai Mall e alle celebrities.



Vertigine. Il Burj Khalifa a fianco di Dubai Mall



Fondatore, Mohamed Alabbar (52 anni)



Lando, Lapo Elia e Salama Alabbar

**DEBUTTO**  
Lapo firma gli occhiali per Salama

● Due paia di occhiali da sole Italia Independent, un modello da uomo e uno da donna, made in Italy al 100%, ispirati da Mohamed Alabbar, presidente di Emaar Properties, uno degli uomini più potenti di Dubai, e dalla figlia Salama, 26 anni e una grande passione per la moda e il lusso. Occhiali destinati a essere venduti solo online su www.byomniom.com, portale creato da Salama dopo il successo del brand di accessori Marani, sua prima avventura imprenditoriale. «Siamo partiti», spiega Andrea Testore, amministratore delegato della società fondata con Lapo Elia nel 2007 e quotata alla Borsa di Milano dalla scorsa primavera - dal pezzo di maggior successo di Italia Independent, quello in velluto. Ma abbiamo personalizzato il modello da uomo ha il frontale e le ante nere e le lenti specchiate di un anello che ricorda il deserto e la luce del tramonto, il modello da donna ha le ante bordate e il frontale in velluto nero ed è reggeremo più modaiolo».

Lapo e Testore hanno presentato l'iniziativa a Dubai in occasione della Vogue Fashion Dubai Experience e hanno il pregio di essere già molto presenti nella regione. «Gli occhiali Italia Independent - precisa Testore - sono venduti in 200 negozi in Medio Oriente, grazie all'accordo con la catena Yes On e Maghribi, mentre proprio qui abbiamo chiesto l'attesa con il Gruppo per la distribuzione negli Emirati. I nostri prodotti si possono trovare anche a Dubai Mall, ma i modelli creati con la famiglia Alabbar sono esclusivi e non andranno nel normale canale wholesale. Quello delle edizioni limitate è un business molto importante per noi, da cui viene già il 10% del ricavo grazie alla partnership con il piccolo editore del deserto veneto dell'occhieria, possiamo creare tutti i modelli di 25 pezzi fare così della capsule collection super personalizzate, per un articolo particolare, ad esempio, per una celebrity che volesse fare un regalo a tutti i suoi amici per il compleanno o per un evento».

Lanciato nel 2010, il modello in velluto è quello di maggior successo di Italia Independent, che dalla sua nascita ha venduto 300mila paia di occhiali e per il 2013, lance di altri prodotti, anche per caprioli all'estero. «A Dubai avevamo presentato con successo la collaborazione con Vertu per un telefonino - sostiene Testore - e avremo altri progetti interessanti nei prossimi mesi. Internazionalizzazione è un percorso necessario, specie ora che siamo quattini...-G.R.»

## BEST OF ITALY

# Feola: «La Vespa e la solidarietà degli italiani»



di Luigi Feola  
Vicepresidente luxury brand  
MAG Prestige

«Io mi sento Best of Italy»  
● L'eccezione e la passione è bello, per me che vivo all'estero, vedere come la passione italiana per l'eccezionale venga riconosciuta in ogni angolo del pianeta è un orgoglio. Da marchi come Dolce & Gabbana e

Gucci, alle auto sportive, passando per i design di interni molto altro, siamo altamente competitivi grazie a una tradizione artigianale che è un'innata affinità con la bellezza. Adoro inoltre il fatto che, se ci impegniamo in qualcosa, solitamente ci mettiamo in una eccitata.  
3. Il patrimonio culturale: il Rinascimento è partito da qui e l'influenza di quel periodo è ancora visibile, non solo nelle opere d'arte e nei manufatti, ma anche nel modo in cui gli italiani danno importanza ai conosciuti e ai monumenti.  
4. La natura: la diversità naturale del paesaggio italiano è unica e stimolante. Uno dei miei luoghi preferiti è la terrazza dell'hotel Timeo a Taormina. Quando pos-

so sento di essere al tramonto, per un aperitivo con gli amici.  
5. La Vespa: Un vero simbolo dell'ingegno italiano: non una semplice moto, ma un modo di possedere una tale testimonianza della nostra capacità di integrare funzionalità e design in un unico oggetto.  
6. La solidarietà: l'esempio dato dagli abitanti del boia del Giglio o Lampedusa in risposta alle immensità: un gesto commovente e teale: loro costò è un'ordinaria dimostrazione di coraggio, fratellanza e generosità.  
7. La tradizione: anche oggi sono fiero di frequente vedo molti luoghi "fuori casa", ma in pochi, come al Magna Pars Hotel di Milano, dove il tempo è stato fermato e unito a un design di classe e a un ser-



Milo, Audrey Hepburn in Vespa nel film "Vacanze romane" del 1953

Viva il Best of Italy!  
8. L'emozione: la passione è bello, per me che vivo all'estero, vedere come la passione italiana per l'eccezionale venga riconosciuta in ogni angolo del pianeta è un orgoglio. Da marchi come Dolce & Gabbana e

## ONLINE



## I modelli più pagati (ma meno delle donne)

Scan O'Fly è il modello più pagato in assoluto con 1,2 milioni di dollari di guadagni nel 2012 e guida la classifica a lato da Forbes. Gli uomini però continuano a guadagnare molto meno delle donne. La top model da record Gisele Bündchen ha intascato ben 42 milioni.



## «La Vendemmia» del lusso a Milano

Sessantasette boutique offrono degustazioni dei migliori vini italiani e servizi di personal shopping durante «La Vendemmia» di via Monte Napoleone a Milano nel weekend. L'evento è su invito per clienti e ospiti degli hotel di lusso



## I diamanti più celebri al mondo

Blu, rosa, a pera e pentagonale. I diamanti più famosi del mondo non si misurano solo in carati, ma anche per le origini. Come per il diamante più antico, che risale al 1700, o il Pumpkin diamond (nella foto) chiamato così perché acquistato ad Halloween

Social and Network  
Facebook, Twitter e Pinterest per dialogare con noi

24Moda  
Il bracciale  
Nomination sostiene  
una fondazione  
per mamma e rischio

24moda  
Si chiama "K"  
Il nuovo magazine  
tutto digitale  
del gruppo Kering

24moda  
Accensione  
e guardaroba,  
ispirazioni di stile  
dalle icone "vintage"



HOTEL  
MAGNA PARS  
SUITES MILANO

★★★★★

Via Forcella, 6 - 20144 Milan, Italy  
ph. + 39 02.8338371  
www.magnapars-suitesmilano.it