

## ZALANDO James Franco è la star del nuovo adv.

L'attore parla agli uomini e dà consigli su come creare la propria "man box"

**A** noi non piace fare shopping, perché noi non facciamo shopping, decidiamo». È con questa frase perentoria, in total look denim spezzato da un pull grigio minimal, che James Franco irrompe sulla scena e presenta la nuova campagna di Zalando "It's a man box", uno spot e una campagna adv dedicati allo stile maschile che vede il regista e attore californiano impegnato dietro e davanti

la destinazione di stile anche per l'uomo moderno. Con "It's a man box" intendiamo dimostrare che non imponiamo loro cosa indossare, ma vogliamo semplicemente indicare dove trovare i brand preferiti. Grazie al sottile senso dell'umorismo di James Franco, la campagna diventa fonte di ispirazione per i nostri clienti e li incoraggia a fare le proprie scelte di stile», spiega Carsten Hendrich, VP Brand Marketing di Zalando. L'attore, reduce dalla direzione, produzione e presentazione di "The disaster artist" (il making of di "The room", pellicola di Tommy Wiseau considerata "la peggiore mai realizzata nella storia del cinema"), ha scelto le strade di Los Angeles per ambientare il corto e la campagna pubblicitaria scattata da Maciek Kobielski. Ed è lo stesso Franco, con il suo fascino da iconoclasta, a introdurre i cinque trend per la Primavera/



alla macchina da presa (nella foto). Il gigante tedesco dello shopping online va incontro alle esigenze, e alle reticenze, del pubblico maschile con una scelta ampia e variegata che va dal formale al casual scivolando con naturalezza verso l'abbigliamento tecnico e i nuovi brand street. «Siamo lieti di far sapere agli uomini che siamo

Estate 2017, cinque moodboard d'ispirazione indispensabili per creare la propria "man box" ad hoc: dal denim e i polacchini in suede di On the road all'urban sportswear di Streetlife, dalla sartorialità elegante di On form al minimalismo basico di Gallery crowd, fino al military style di Lost weekend. **Gaia De Vecchi**



## Body+soul for a unique WELLNESS

È nell'headquarter di Dsquared2, ex sede storica dell'Enel, che ha da poco inaugurato Ceresio 7 | Gym & Spa, spazio dedicato al benessere psico-fisico e strutturato come un club privato extralusso. Quattro le aree esclusive. Si parte da Gym & Fitness (sopra), con zone a uso privato riservate agli allenamenti one-to-one e sale corsi per indoor cycling, yoga, pilates, stretching, tonificazione e posturale, secondo un nuovo concetto di allenamento che propone un approccio alternativo, stimolante e soprattutto sicuro, perché ogni sessione è scrupolosamente seguita da uno o più trainer che controllano la corretta esecuzione di ciascun movimento e la postura; Beauty Spa & Wellness, che ospita piscina, idromassaggio, bagno turco e sauna, oltre all'Embassy de la Beauté di Biologique Recherche per trattamenti viso e corpo personalizzati da André Malbert; Metabolism & Nutrition, che offre consulenze per l'analisi del metabolismo e nutrizione funzionale; e l'area Medical per la cura dei disturbi muscolari e posturali. I plus? L'accesso al roof bar di Ceresio 7 Pools & Restaurant, servizi di car valet e car washing. G.D.V.

## @ STRAF

In occasione della Design Week milanese lo STRAF Hotel di via san Raffaele 3 si è trasformato in un esperimento di contemporary living. "Essentials", dello Studio Ciarmoli Queda, ha proposto una riflessione sul ruolo della progettazione degli spazi in relazione all'abitare e all'essere. Teatro dell'allestimento la hall dell'albergo (sotto), per l'occasione trasformata da luogo di transito a spazio da occupare e vivere, grazie a un allestimento giocato su colori bold e grafismi geometrici, che rivisita la lezione del Déco. Partner del progetto sono Créations Métaphores, ramo del gruppo Hermès dedicato al tessile di design, la vetreria muranese Abate Zanetti, Officine Ciani, Hi Macs e Schoenhuber Franchi, con cui Ciarmoli Queda ha disegnato una serie di piatti in bone china, parte della mostra DeLightful, ulteriore incursione dello studio al Salone.

