



Stile regale. A sinistra, l'interno dello spazio dedicato all'abbigliamento maschile. Sotto, da sinistra: borsona da uomo Peekaboo Sellaia, Fendi (49.500 €). Stivali per lui, Santoni (1.260 €).



CHARITY

Un cavallino rosa

La missione? Ridurre le disuguaglianze d'accesso alle cure contro il cancro, nelle comunità svantaggiate e sostenere programmi per la diagnosi precoce della malattia. Festeggia 15 anni la campagna Pink Pony, lanciata da Ralph Lauren: a seconda del paese, il 25 per cento del prezzo dei prodotti contraddistinti dall'iconico cavallino declinato in rosa, sarà devoluto, a una o più associazioni che si occupano di screening e diagnosi precoce. I capi Pink Pony sono in vendita nelle boutique e su www.ralphlauren.com.

Scrivere il futuro

«Il diritto all'educazione è la pietra sulla quale fondare la società di domani. Abbiamo realizzato uno strumento di scrittura speciale, la stilografica 360, in 360 esemplari numerati, per raccogliere fondi e contribuire alla realizzazione del progetto di Soletterre, a favore della scolarizzazione dei bambini del Marocco, della Costa d'Avorio e di El Salvador.



Luca Baglione, Sales & Brand Director OMAS

La stilografica a stantuffo OMAS 360 Soletterre, con pennino in oro e logo inciso, è realizzata a mano in resina di cotone arancio fluo (450 €, www.omas.com e www.soletterre.org).

Mai più soli

La caccia di Luca Pignatelli, il cui autoritratto è agli Uffizi a Firenze. *Natura morta con formaggio*, olio di Maurizio Bottoni. E anche il gioiello la Regina di Pomellato. Sono alcuni degli oggetti che, il 12 novembre, saranno battuti all'asta durante il Galà Dinner alla Società del Giardino, a Milano. Organizzato per sostenere il progetto RH24 della Lilt - Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori - l'unico servizio in Italia che preveda la reperibilità telefonica, 24 ore su 24, dello staff di oncologia pediatrica dell'Istituto dei Tumori di Milano (www.legatumori.mi.it).

A cura di Nicoletta Alessi www.goodpoint.it

ATELIER

Solo pezzi unici

Fuori, un castello. Dentro, una boutique di 3mila metri quadrati, dall'atmosfera asburgica. Con capi in esclusiva, edizioni limitate, capsule su misura. E vista sulle Dolomiti.

Immaginate di arrivare a cavallo davanti alla vostra boutique preferita (per i più pigri, in elicottero), lasciare il destriero all'abbeveratoio, affidare i cani, se ne avete, a persone sicure ed entrare in una raffinata stube di montagna, tutta di legno, dove farvi viziare con tisane di erbe e fiori e strudel. Uscire poi da questo nido di boiserie e avere a disposizione 3mila metri quadrati per moderni per scegliere tra il meglio della moda internazionale.

Succede da Franz Kraller, store di moda

a Dobbiaco, sulle Dolomiti, dalle atmosfere asburgiche. Il negozio è un piccolo castello ristrutturato ed era la dépendance della residenza estiva dell'imperatore Francesco Giuseppe. Con una vista superba: da qui, lo sguardo spazia fino alle Tre Cime di Lavaredo.

Nei tre piani della boutique (presto si arricchirà anche di un'area sotterranea), abiti e accessori, da Prada a Bottega Veneta, da Balmain a Stella McCartney, da Valentino a Gucci, da Dolce & Gabbana a Santoni, tra poltrone di pelle e un

caminetto acceso. Ma c'è anche spazio per i bambini: se a Dobbiaco c'è un angolo kids, a Cortina, dove si trova il secondo negozio Kraller, c'è una boutique dedicata. Con le idee chiare: Burberry Doudou, senza dimenticare una selezione di piumini colorati Moncler.

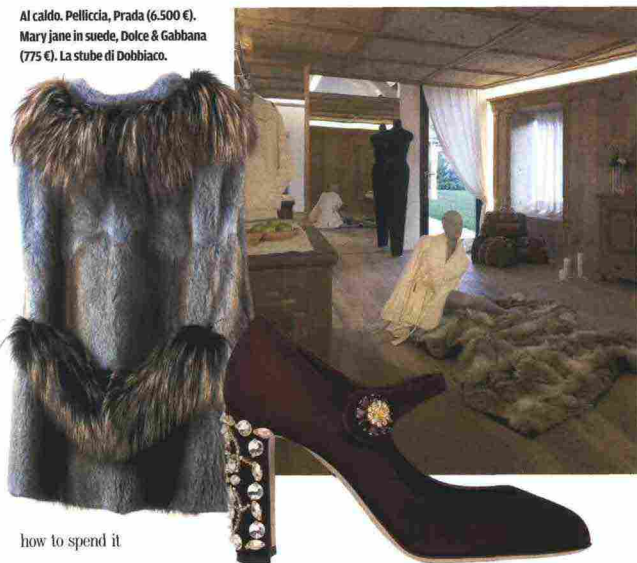
«Più che moda, è il piacere del lusso nella moda», dice Daniela Kraller, la proprietaria della boutique, insieme al marito Franz. «Per questo con molte maison abbiamo pensato a delle edizioni limitate, solo per noi. O capi che si trovano in esclusiva nei nostri shop. Ad esempio, i gilet in visone di Fendi (da 8mila euro); o, sempre di Fendi, la Peekaboo, la loro borsa iconica e molto amata, ma in coccodrillo, e in colori inediti (micro da 6mila euro, large da 20mila euro)». Per uno stile non uniformato. «Le nostre mantelle sono l'ideale per l'autunno. Ridisegnate, hanno una linea contemporanea. Una sorta di "tabarro" modernizzato: per concedersi quella che noi chiamiamo una comodità deluxe», continua. «Le abbiamo fatte confezionare, in collaborazione con il marchio LodenTal, in cashmere, in pelliccia, in casentino e anche nel classico loden. Con particolare attenzione alle tinte: si va dal verde al grigio, con interni a contrasto. Trovo bellissima quella grigio chiaro, con l'interno fucsia». Prezzi: dai 900 euro per una mantella di loden, dai mille in su, in cashmere. E sono unisex: ideali per lui, come per lei.

«E poi ci sono i nostri "cappottini": li abbiamo chiamati proprio così. Semplici e facili, in casentino, angora o in tartan (da 800 euro)». Tutte le possibilità della lana: perché a novembre, l'importante è coprirsi, soprattutto se fuori - con un po' di fortuna - il paesaggio diventa lentamente candido di neve.

Di Lisa Corva

Franz Kraller, via Dolomiti 46, Dobbiaco (Bolzano), tel. 0474 972328. Corso Italia 107 e 113, Cortina d'Ampezzo, tel. 0436 3197, www.franzkraller.com.

Al caldo. Pelliccia, Prada (6.500 €). Mary jane in suede, Dolce & Gabbana (775 €). La stube di Dobbiaco.



how to spend it