

Focus

L'arte secondo "adidas Original"

Adidas Originals investe sull'Italia tendendo la mano ai giovani artisti. Il brand del trifoglio, costola *fashion* del gruppo adidas, ha già fatto una prima mossa sponsorizzando la mostra romana "New York Minute". Allestita lo scorso settembre negli spazi del Macro Future, la manifestazione di "adidas Original" ha riunito nella capitale le opere di 60 artisti americani. E ora l'azienda teutonica

scommette su Olimpia Zagnoli, vincitrice del "Celebrate originality award". Il premio messo in palio dal marchio di *streetwear* mira a dare voce alle nuove leve della creatività tricolore. Non a caso le illustrazioni rétro della Zagnoli saranno esposte a Milano in una personale aperta dal 24 novembre al 4 dicembre. Un'anteprima delle sue opere è già visibile nelle vetrine del monarca in Corso di Porta Ticinese 60. Nel frattempo il marchio continua a



collaborare con artisti d'avanguardia come i 5 talenti arruolati per il progetto "Five-Two-3 Cities Pack".

Ciascuno di loro ha personalizzato altrettanti modelli di sneakers dedicate alle 5 città più cool del mondo. Per rappresentare Milano è stato scelto il fotografo Alex Fakso. La scarpa sportiva decorata da riproduzioni dei suoi scatti in bianco, ne-

ro e giallo è in vendita da dicembre nel negozio di Porta Ticinese a Milano. «In Italia, che per noi è oggi un mercato chiave, il *brand* gode di una crescente popolarità e conta oggi più di 3000 punti vendita di cui 2 monomarca a Milano e Roma destinati a salire a 10 il prossimo anno — spiega Alegra O'Hare, direttore marketing Sport Style Italia — per il 2010 prevediamo un incremento del fatturato a doppia cifra grazie anche agli investimenti d'immagine e al lancio, previsto per l'estate, della nuova linea di abbigliamento di tendenza A.O39 dedicata a una clientela *fashion* e distribuita in 50 punti vendita italiani fra cui Coin». (e.m.a.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

