

DA MISSONI A LUISA BECCARIA

Le grandi firme fanno a gara per vestire Ciccibello il re dei bambolotti

■ Elena Sofia, una bambina che sorride con gli occhi e non ha ancora tre anni, sente forte dentro di sé il bisogno di curare e alimentare tutti i suoi adorati bambolotti e lo fa a tempo pieno: li porta a passeggio e li fa giocare, li lava, cucina per loro e li imbocca, li mette a nanna come farebbe una mamma con i suoi cuccioli. Presto, c'è da scommettere, imparerà, come tutte le altre bambine, a cucire per loro i vestitini. Insomma l'eterno gioco a fare la mamma delle piccine cresciute nel mito del bambolotto per eccellenza, Ciccibello che oggi ha conquistato anche gli stilisti. «A partire dagli anni Sessanta, quando venne lanciato con un successo planetario, Ciccibello ha coinvolto tante generazioni di piccole donne che adorano prendersi cura dei bambolotti» spiega Paola Preziosi, marketing manager e figlia di Enrico

Preziosi fondatore del gruppo italiano Giochi Preziosi, leader nel settore dei giochi per bambini con un fatturato di oltre 900 milioni di euro. Per questo, a Pitti Bimbo, in una speciale installazione progettata in occasione del lancio della linea Ciccibello Baby Care, sono comparsi deliziosi bambolotti vestiti con le creazioni invernali appositamente realizzate per loro da designer e case di moda: da Au Jour Le Jour a Dondup, da Douud a Ermanno Scervino Junior, da Guess a Heron Kids, da Iceberg a K-Way e poi ancora Laura Biagiotti, Luisa Bec-

caria, Missoni, MSGM Kids, N°21 Kids, Trussardi Junior e Vivetta. «Lo voglio, assolutamente lo voglio», dicono in coro signore, ragazze, bambine mentre nello spazio allestito alla Fortezza da Basso, i Ciccibello appaiono talmente belli da rendere quasi

necessario un servizio di security per scoraggiarne la furtiva sottrazione. Meglio acquistarli attraverso la vendita iniziata ieri pomeriggio con un'esclusiva operazione organizzata su Yoox.com. Ogni stilista ha vestito quattro bambolotti, ognuno dei quali è in vendita a 149 euro. Parte dei proventi di quest'operazione è destinata all'associazione Child Priority. «Ancora oggi, nonostante la vetrina dei giochi sia super affollata, Ciccibello rimane un love brand che vive di fama incontrasta» sottolinea Paola Preziosi spiegando che l'iniziativa fa parte del progetto di lancio della linea Ciccibello Baby Care, primo passo di una

brand extension che non esclude, in futuro, una vera e propria collezione di abbigliamento per bambini e altri articoli per puericultura. Il gruppo, del resto, ha tutte la carte in regola per potersi cimentare anche in vari settori, oltre quello del gioco, che riguardano l'infanzia. Il punto di partenza è la linea beauty in vendita da aprile dedicata al bagnetto dei piccoli, un rito e un momento d'immensa tenerezza cui sono dedicati cinque prodotti per il bagno: salviettine detergenti, sapone delicato, bagnetto corpo e capelli, crema delicata e pasta protettiva. Tutto profuma di delicatezza e di dolcezza. Così le mamme che si sono esercitate da bambi-

ne con Ciccibello e i papà che giocavano con i soldatini e i carrarmati, ora possono dedicare ai propri piccoli prodotti selezionati con cura. Non a caso gli elementi naturali impiegati sono adatti a un utilizzo frequente. E la pelle dei marmocchi ringrazia.

LuSer



SHILE

Non solo (bellissimi) abiti Ora è baby anche l'accessorio

Da un tempo si dice che i bambini sono i più grandi stilisti del mondo. E ora, con l'arrivo della moda baby, anche gli accessori sono diventati protagonisti. Le calzature, in particolare, sono state rivoluzionate. Le scarpe per bambini sono ora più comode, più resistenti e più belle. Le minibag e le pellicce vegane sono diventati accessori indispensabili per i piccoli. Le magliette e i giacchini sono diventati più accattivanti e colorati. Le borse e i cappelli sono diventati più funzionali e pratici. Le calzature sono diventate più comode e più resistenti. Le minibag e le pellicce vegane sono diventati accessori indispensabili per i piccoli. Le magliette e i giacchini sono diventati più accattivanti e colorati. Le borse e i cappelli sono diventati più funzionali e pratici.

50%
2,67 ml

Piccole donne crescono
con scarpe glitterate,
minibag e pellicce vegane

SHILE