

La moda e il design possono cambiare il nostro modo di vedere il mondo?  
Lanciarci una sfida, contestarci, metterci in difficoltà, indicarci una via per la consapevolezza?  
Possono aiutarci a diventare artefici del nostro destino?  
A queste domande l'incontro delle forze creative di Michelangelo Brancato e Francilla ha voluto dare risposta.

Coreterno è un marchio di lifestyle completo che racchiude al suo interno un universo di contrasti. Chiaro e scuro. Antico e moderno. Viscerale e sacro. La Roma barocca, eterna e ricolma d'arte, e la veloce, innovativa e ribelle New York. Sposando un codice estetico inconfondibile e abbracciando una filosofia all'insegna della positività, ogni creazione è un mix perfetto di parole e immagini dal dirompente impatto emotivo.

\*\*\*

Nati nella culla della spiritualità e discendenti da famiglie di alchimisti, incisori, santi, ribelli e poeti, Michelangelo e Francilla condividono un amore ardente per l'arte, la conoscenza e la forza evocativa della parola. Coreterno riesce a far convivere simboli rock'n'roll, pop e underground insieme a incisioni dimenticate e antichi dipinti, reinterpretandoli in chiave ultracontemporanea. È la genesi di oggetti-talismani che ci restituiscono la fiducia in noi stessi, aiutandoci a superare gli ostacoli che spesso la vita riserva.

\*\*\*

Coreterno è la crasi di *core* – equivalente latino di "cuore", ma anche termine inglese che significa "centro", "nucleo" – ed *eterno*. Un riferimento alla città d'origine dei fondatori del brand, ma anche una metafora della resilienza. Quella capacità di ricostruirsi, risorgere, vincere le avversità e farne la base di un cambiamento positivo. Celebrazione del desiderio di comprendere l'animo umano e le sue fragilità, Coreterno offre una parola di conforto in grado di risvegliare quei sogni e quella forza creativa che custodiamo nel profondo.

\*\*\*

Michelangelo è il designer e direttore creativo di Coreterno. Esteta oscuro e romantico, ha lavorato per anni in agenzie di comunicazione di livello internazionale. Gallerista d'arte, collezionista, interprete di simboli, studioso di vecchie scienze e sorpassate enciclopedie. Profondo conoscitore del potere curativo della parola. Maniaco perfezionista e comunicatore irriverente, disegna, interpreta e dissacra per rivelare la rockstar nascosta in ognuno di noi.

\*\*\*

Francilla è la comunicazione e il fashion styling. Animale da palcoscenico, bambola bionda laureata in antropologia culturale, ha condotto per anni programmi televisivi di successo. Sensibile e implacabile trend hunter, stilista e creativa con una scintillante anima social. Diplomatica, sensitiva e magica, sa leggere il futuro delle mode e stravolgerne il presente.

\*\*\*

Nato in Italia nel 2014, il brand Coreterno debutta nel campo della moda con la linea **DIS.ORDER**. Un concept paradossale nel quale i disturbi mentali diventano un modo per definirsi. Le T-shirt si rivelano un fenomeno virale: sold out in poche settimane, sono richiestissime dai VIP, che le sfoggiano compulsivamente sui social. Asia Argento ne vuole una

sul red carpet del Festival di Cannes nel maggio dello stesso anno, attirando l'attenzione della stampa mondiale.

Qualche mese dopo compaiono sulla scena le emblematiche **Visionary Pillar Candles**. I ceri da chiesa con riferimenti vittoriani, grafiche punk e mantra di affermazione personale si impongono da subito come il prodotto più riconoscibile di Coreterno.

Michelangelo e Francilla partono per New York e, in un monolocale nell'East Village che a malapena contiene un letto, iniziano a creare candele stoccandole in ogni angolo, dal frigorifero alla vasca da bagno. Vengono invitati due giorni all'Artists and Fleas di Brooklyn, il market più hipster del pianeta: il *New York Post* li nota e dedica loro una mezza pagina tra Obama e i New York Giants.

E se ce la fai a New York, puoi farcela ovunque.

\*\*\*

Dopo aver perfezionato le tecniche produttive, nel 2015 Coreterno avvia la vendita delle candele sul mercato americano. A settembre viene costituita la Coreterno Inc., i cui uffici aprono i battenti tre mesi dopo nel loft del 56 Bogart Building a Bushwick, epicentro della scena artistica underground di New York. Nel 2016, a un anno dalla commercializzazione, le pillar candles Coreterno sono disponibili in più di 60 negozi in 12 stati. Un risultato che porta all'introduzione della linea **Aphrodite**, quattro candele profumate in vaso che rendono omaggio alla femminilità e alla forza delle donne. Ai Beauty Awards 2017 indetti da *Nylon Magazine* saranno premiate come miglior candela profumata dell'anno. Parallelamente alla linea Aphrodite, Michelangelo e Francilla realizzano una collezione di gioielli in argento incisi e torniti a mano, tutti incentrati sul linguaggio d'amore. È il primo passo verso l'apertura a nuovi settori merceologici in cui sviluppare l'universo creativo di Coreterno.

\*\*\*

Il 2017 vede il consolidamento di Coreterno sul mercato statunitense, con una distribuzione in oltre 100 negozi in 19 stati. È il momento di sperimentare nuove produzioni.

Ogni creazione Coreterno è rigorosamente made in Italy ed è proprio dal Belpaese che il duo creativo parte per iniziare la distribuzione europea. Coreterno si presenta a White Milano, vetrina per marchi consolidati, realtà internazionali e brand di tendenza, e stringe una collaborazione con Faliero Sarti, azienda storica specializzata nella produzione di tessuti per l'alta moda ed il prêt-à-porter. La partnership sfocia nella capsule collection **Love and Rebellion** lanciata alla Fashion Week autunno/inverno 2018 di New York, Milano e Parigi. Questa collezione ha per protagonista l'amore come massima forma di ribellione: una forza inarrestabile capace di sollevare popoli e cambiare il mondo. Con sensibilità e irriverenza, Coreterno rivisita antichi dipinti e incisioni in dieci maxi stole di lusso sospese tra opulenza raffinata e audacia rock'n'roll.

Alla Milano Fashion Week 2018 Coreterno propone la nuova linea **Aphrodite Gold Edition**, versione perfezionata e lussuosamente ridefinita della prima linea Aphrodite. Nello stesso anno Francilla e Michelangelo si dedicano alla linea **Riot**, borse in pelle interamente stampate e cucite a mano che si ispirano all'energia iconoclasta degli anni Settanta e ai movimenti di emancipazione femminile. Quattro formati differenti (clutch, oversize, bauletto e pochette) per un unico messaggio: il futuro è nelle nostre mani. Quindi sfida le convenzioni, corri dei rischi e lotta per ciò che ami.

\*\*\*

Forte dei successi ottenuti negli Stati Uniti e in Italia, Coreterno si prepara a sbarcare sul mercato europeo con un product mix sempre più ampio. Dopo il lancio della linea di borse **Riot**, Francilla e Michelangelo stanno lavorando a una linea di eau de parfum Coreterno. A Pitti Fragranze 2018 verranno presentati quattro diversi profumi firmati da altrettanti "nasi" di

livello internazionale. In cantiere anche nuove collezioni accessori e ready-to-wear per la stagione primavera/estate 2019. Articoli dal design inimitabile, con possibilità di declinazione pressoché illimitate.

\*\*\*

Nel futuro di Coreterno la parola chiave è *condivisione*.

Oltre allo sviluppo di nuove linee di prodotto incentrate su accessori e ready-to-wear, il percorso di crescita dell'azienda prevede collaborazioni creative con altri marchi, operazioni di co-branding, sviluppo di servizi di private label e personalizzazione prodotti.

Il flagship store a New York, la cui inaugurazione avrà luogo nei prossimi mesi, rappresenta un tassello fondamentale della strategia retail del marchio. Uno spazio espositivo fuori dagli schemi in cui l'universo Coreterno trova la sua espressione più libera. E un crocevia di arte, musica e cultura pop in cui il brand si mette in dialogo con il suo pubblico, per coinvolgerlo in un'esperienza d'acquisto sorprendente.