

PUBLICITÉS

Nun 1970: le label éthique "made in Italy" fait ses débuts sur le marché

DIGITAL
EVENT

Meet the designers
& Discover
Autumn / Winter
21-22
collections

PRESENTATIONS > 5-7 MARCH 2021

Auteur :



Gianluca Bolelli

Traduit par
Clémentine Martin

Publié le

1 mars 2021

Nun 1970 se veut un label éthique de prêt-à-porter féminin, proposant des pièces confectionnées en cachemire mongol produit dans le respect de l'environnement. Les vêtements sont créés et fabriqués en Italie, à Florence et à côté de Perugia, et sont commercialisés par le showroom de Livia Gregoretti à Milan. Nun 1970 va faire son entrée sur le marché avec une première collection automne/hiver 2021/2022 et affiche des ambitions internationales.



La griffe se positionne sur le segment du luxe contemporain, avec des collections imaginées par une équipe créative dont les membres sont passés par différentes maisons italiennes. Elles tirent leur inspiration des techniques artisanales traditionnelles italiennes et font référence au style de l'Égypte ancienne. Les produits sont confectionnés par le fabricant italien Cariaggi à l'aide de cachemire mongol

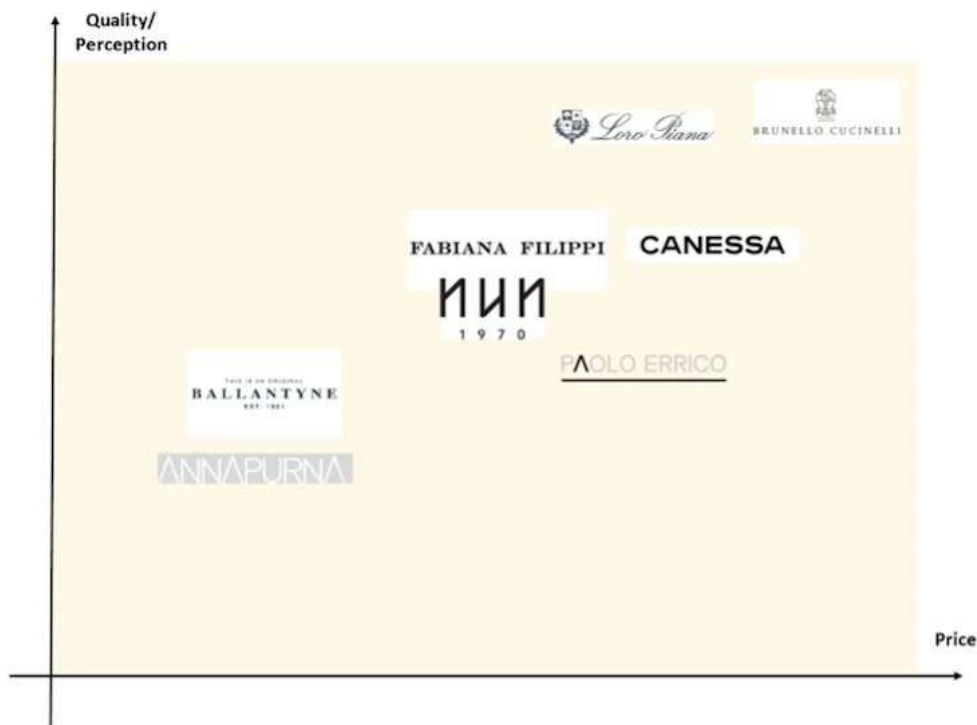
100 % traçable.

Nun 1970 est une marque fondée par Hany Beshr, un entrepreneur égyptien de deuxième génération dans le secteur de la mode. « Tout a commencé en 2015, après avoir terminé mon master de l'Université de Harvard », explique Hany Beshr à FashionNetwork.com. « J'ai fait du bénévolat pour un programme éducatif basé dans six pays asiatiques, pour former des chercheurs et des étudiants universitaires. Quand je suis arrivé en Mongolie, la beauté des paysages m'a frappé, et j'ai créé un lien fort avec la communauté d'éleveurs locale, dont j'admire la simplicité et le style de vie. J'ai trouvé ironique que le cachemire, l'un des tissus les plus doux et les plus nobles au monde, soit produit par des personnes qui travaillent et vivent dans des conditions parmi les plus dures de la planète », regrette Hany Beshr.



C'est ainsi que Hany Beshr a décidé de lancer une marque de prêt-à-porter féminin faisant la part belle au cachemire tout en soutenant la communauté d'éleveurs ovins de Mongolie. Il a voulu créer un « label de mode dont les objectifs sont le développement durable et la charité ». Selon lui, « l'intégralité de la chaîne d'approvisionnement, sauf la fibre de cachemire sourcée en Mongolie, est basée en Italie, ce qui permet de minimiser les émissions de CO2 liées au transport. Notre but est d'adopter une approche zéro déchet et de recycler toutes les chutes de fibres issues de la production. »

De plus, Nun 1970 soutient Agape Organization, une association qui aide les familles mongoles et les communautés locales à améliorer leurs conditions de vie. Les éleveurs ovins de Mongolie, quant à eux, sont soutenus par l'association Nature Conservancy, qui garantit que les matières premières sont issues de sources éthiques et durables. « Nous utilisons la technologie de la blockchain, car c'est le moyen le plus transparent de certifier la provenance de nos produits et d'assurer à nos clients que nous respectons des engagements de bonnes pratiques tout au long de notre chaîne d'approvisionnement sans recourir au greenwashing, un travers fréquent dans l'industrie », souligne Hany Beshr.



La première collection de Nun 1970 est composée de 18 pièces, ornées de motifs inspirés de symboles de grandeur et de pouvoir utilisés dans l'Égypte ancienne, comme le serpent, la fleur de papyrus et le scarabée. Selon Hany Beshr, la prochaine collection sera plus étoffée et plus variée. Le nom du label, « Nun », vient de la translittération du hiéroglyphe égyptien signifiant « océan », mais veut aussi dire « maintenant » en allemand, en hommage au pays où la famille de Hany Beshr a commencé son activité.

En raison de la pandémie, Hany Beshr n'a jamais pu se rendre en Italie pour rencontrer ses équipes de création et de production. « Ma marque a été gérée entièrement à distance, depuis les premières esquisses jusqu'à la production finale. Vous allez devoir venir en Italie tôt ou tard, me disait-on, mais cela n'a pas été nécessaire. Nous étions déjà prêts pour le printemps/été 2021, mais avons été forcés de reporter notre lancement à l'automne/hiver 2021/22. C'est un petit miracle », assure Hany Beshr.



Nun 1970 affiche déjà des ambitions internationales et vise des milliers de clientes potentielles dans le monde entier, notamment en Europe, en Asie, aux États-Unis, en Russie et au Moyen-Orient. « Cependant, nous allons tout d'abord nous concentrer sur l'Italie pour

cette première collection, en raison de son importance en tant que destination touristique. Nous avons prévu d'y ouvrir des boutiques éphémères, mais cela devra finalement attendre la phase 2. Pour le moment, nous nous concentrons sur la vente en gros et le e-commerce», reconnaît Hany Beshr, qui prévoit de présenter Nun 1970 lors des prochains salons organisés par Pitti Immagine.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés.
© 2021 FashionNetwork.com