



## Pomellato celebra la sua storia con la nuova linea di Alta Gioielleria *Collezione 1967*, andata in scena alla Pinacoteca di Brera

Ad assistere al fashion show milanese – e a prendere parte all'evento di gala – celebrità da tutto il mondo, come America Ferrera, Benedetta Porcaroli e Philippine Leroy-Beaulieu. Attraverso 75 nuove creazioni, la maison ha intrapreso un viaggio nel tempo alla riscoperta delle sue radici

Di Valentina Abate



La nuova linea di Alta Gioielleria di Pomellato, *Collezione 1967*, è un viaggio nel tempo alla riscoperta delle radici della maison. Per celebrarne il lancio, Pomellato ha dato vita a un evento di gala alla Pinacoteca di Brera, a Milano, dove erano presenti celebrità da tutto il mondo

Il tempo in cui si nasce, si vive e si opera non si limita a definire l'identità dei popoli: plasma anche quella dei brand. All'interno della società, infatti, le maison possono essere agenti attivi che, con lo scorrere degli anni, costruiscono il proprio heritage e contribuiscono a delineare la cultura contemporanea, facendosi portavoce di valori, cause, visioni. **Pomellato** lo sa bene, ed è per questo che **ha scelto di dedicare la sua ultima linea di Alta Gioielleria, "Collezione 1967", alla sua storia.** Per l'esattezza, a tre decenni che hanno contribuito a formare l'identità del brand così come lo conosciamo oggi.

In concomitanza con l'inizio della Milano Fashion Week Uomo primavera estate 2026, Pomellato ha dato vita a un evento di gala volto a celebrare *Collezione 1967* e andato in scena nel cuore artistico di Milano: la Pinacoteca di Brera. Qui, celebrità da tutto il mondo come **America Ferrera, Benedetta Porcaroli, Laetitia Casta, Cha Joo-Young, Philippine Leroy-Beaulieu, Pilar Fogliati e Amina Seck** si sono unite alla stampa e al team di Pomellato – tra cui l'Amministratrice Delegata **Sabina Belli**, il Direttore Creativo **Vincenzo Castaldo** e il Chief Marketing & Product Officer **Boris Barboni** – per un fashion show andato in scena presso le Sale Napoleoniche e per una cena svoltasi sotto i soffitti a volta dell'incredibile location. Ad accogliere gli ospiti, nel cortile della Pinacoteca, un'installazione luminosa rossa che richiamava il colore distintivo di Pomellato.





Dalla suggestiva location al menu, creato dallo chef stellato Antonio Guida, fino all'atmosfera musicale di Le Dimore del Quartetto con raffinati brani per quartetto d'archi, ogni dettaglio è stato studiato per celebrare l'anima creativa della città che Pomellato ha sempre chiamato casa: **Milano**.

In particolare, la scelta della Pinacoteca di Brera è stata particolarmente significativa. **Era per l'appunto il 1967 quando Pino Rabolini**, in questa zona della città, **decise di dare vita alla sua casa di gioielli**. Il nome Pomellato nacque da una frase che pronunciò il padre: «Scegli un cavallo vincente». Ispirato da queste parole, Rabolini scelse come simbolo la testa di un cavallo "pomellato" – termine che descrive il raro mantello maculato degli equini – e diede alla sua creazione proprio questo nome.

Oggi, attraverso **75 nuove creazioni**, la maison ha intrapreso un viaggio nel tempo alla riscoperta delle sue radici. Si parte dagli **anni 70**, il cui spirito rivoluzionario travolse anche il mondo della gioielleria: Pino Rabolini trasformò la catena da elemento funzionale in un armonioso simbolo artistico di liberazione. Ogni singola maglia della collezione odierna, tramutata in scultura di metallo prezioso e luce, racconta di quello spirito rivoluzionario del decennio.

L'esuberanza creativa degli **anni 80**, invece, si rifletteva nel design anticonvenzionale del brand, che ancora oggi vuole celebrare quell'espressione individuale tipica dell'epoca attraverso collier in oro bianco o rosa ornati di diamanti e pietre preziose spettacolari. I confini, in quel momento, vennero spostati sempre più in là, e le architetture dei gioielli Pomellato diventarono più virtuose e sensuali, come lo sono ancora oggi.

Infine, dagli **anni 90** Pomellato ha ripreso per le sue gemme quell'esplosione di colori che rispecchiava il sentimento di speranza e fiducia per il nuovo millennio alle porte. Anche in questo caso, Milano è stata fondamentale per l'ispirazione del brand, in quanto città creativa dove prendono vita le idee e le possibilità sembrano infinite.

«Nei nostri archivi abbiamo notato come ogni decennio riveli in modo chiaro e inconfondibile una diversa sfaccettatura della nostra anima, in un virtuosismo di creatività e savoir-faire», ha dichiarato il Direttore Creativo di Pomellato, **Vincenzo Castaldo**. In altre parole, **Collezione 1967 è un manifesto che dichiara l'intento della maison: rispettare la propria tradizione continuando a innovare, sempre**.

