

BELLEZZA

PROTAGONISTA

di ROSSELLA BURATTINO

# «LA BELLEZZA È INTORNO A NOI, NON DENTRO DI NOI. PER QUESTO LA CONDIVIDO»

Originario di Assisi, 29 anni, Mariano Di Vaio è il volto del nuovo profumo "K" di Dolce&Gabbana. L'influencer, padre di due bambini più un terzo in arrivo, ricorda quando da ragazzo trascorreva i pomeriggi tra skateboard e murali, poi la carriera da modello e la scuola di recitazione a New York



DAVIDE GALLIZIO

**Segni particolari:** l'uomo italiano più bello del mondo. Mariano Di Vaio, originario di Assisi, 29 anni, è nella top ten della classifica "The 100 Most Handsome Face", dietro di lui colossi come David Beckham, Cristiano Ronaldo, Michael Fassbender, Chris Hemsworth, Henry Cavill e Leonardo DiCaprio. Per il modello, re degli influencer con 6 milioni di seguaci su Instagram, imprenditore dalle mille sfumature e papà di due figli (Nathan Leone e Leonardo Liam) e il terzo in arrivo, è un «onore».

E lo è ancor di più essere stato scelto come testimonial del nuovo profumo "K" di Dolce&Gabbana: «Mi sento benedetto per questa opportunità,

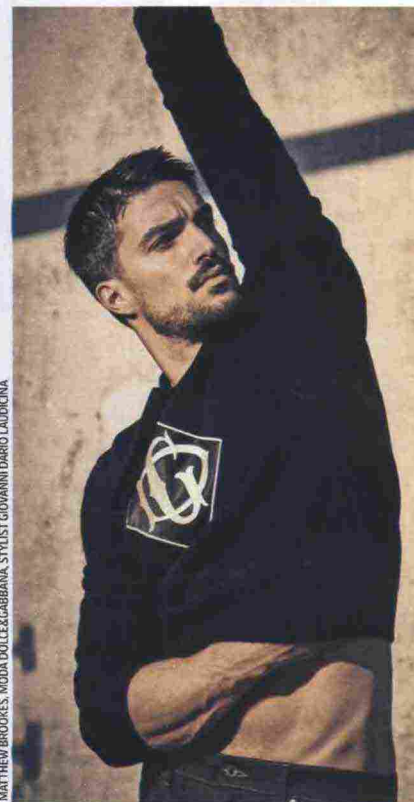
amo questa griffe da quando avevo solo 13 anni».

## Impeccabile

Carismatico, empatico, sicuro di sé, elegante, si definisce "macho" ma assolutamente non un "macho": «Sono una persona semplice e umile, nonostante la grande visibilità e il successo sono rimasto uno con i piedi per terra. La famiglia, mia moglie Eleonora Brunacci, i bimbi, gli amici storici e la mia terra rappresentano i valori più importanti per me».

E a chi gli chiede cosa significhi per lui la bellezza, risponde: «È un traguardo, non vanità. È armonia, serenità, stare bene con se stessi e con gli altri. La bellez-

za è intorno a noi, non dentro di noi. Quindi, la condivido». Sempre impeccabile, non ha mai nulla fuori posto, ma qual è il segreto della sua beauty routine? «Viaggio tanto per lavoro ma mantengo sempre un'alimentazione corretta. Ritaglio il giusto tempo per lo sport, amo giocare a tennis, da piccolo mi ha insegnato a essere preciso, a controllare i movimenti del corpo, ad avere padronanza di me stesso, è divertente e ha effetti buoni sull'autostima. Il golf, invece, mi permette di stare all'aperto ed elaborare le emozioni. Pratico attività cardio più movimentate che mi scaricano dallo stress. Gioco tanto con i miei figli, anche questo è un allenamento



MATTHEW BROOKES. MODA DOLCE&amp;GABBANA. STYLIST GIOVANNI DARIO LAUDICINA

tosto», sorride. «E sono un gran fan della cosmetica, soprattutto dei prodotti femminili, non riesco a svegliarmi se non applico almeno la crema idratante».

Ha sempre adorato lo streetstyle, fin da quando era adolescente e passava i pomeriggi con i suoi coetanei a fare il writer e ad andare sullo skateboard. È un grande appassionato di motori e di qualsiasi sport si pratici con la tavola, dallo snowboard fino al surf.

### Passaggio americano

I difetti possono diventare pregi. «Ho due grandi "rose" dietro la testa», rivela. Roba da poco, ma Mariano ha studiato a lungo un'acconciatura che potesse

mettergli la testa a posto e farla diventare un punto di forza. Infatti, il suo hairstyling, con il ciuffo antigravità, è uno dei più copiati e richiesti dai millennial. Ha anche messo a punto un prodotto per capelli perfetto per le sue esigenze: una pasta di argilla modellante.

Di Vaio è un testardo. A 18 anni ha lasciato la sua città ed è partito per Londra per fare il modello. Nella sua carriera ha prestato il volto a marchi famosi, iniziando da Roberto Cavalli, Hugo Boss, Brunello Cucinelli, Tommy Hilfiger e Omega. Dopo tre anni è volato a New York per tentare la strada della recitazione, sua grande passione. Ha ottenuto una borsa di studio parziale per

Mariano Di Vaio a destra in un ritratto e, qui sopra, nel backstage della campagna pubblicitaria per il nuovo profumo "K" di Dolce & Gabbana (qui sotto)



la New York Film Academy, ma non avendo un grande sostegno economico ha deciso di tornare in Italia e aprire il suo blog, in cui ha riversato tutta la sua passione per la moda. Nel giro di poco tempo ha riscosso un grande successo anche perché era uno dei primi siti dedicati agli uomini. Da MdVStyle sono nate le linee di abbigliamento MDV Collections e Nohow.

E del fascino made in Italy spiega: «Il sorriso, la gentilezza, la galanteria sono i punti forti, ma un uomo italiano conquista pure con la sua capacità di essere caloroso, la simpatia, lo sguardo e un pizzico di piccante, come la nota di un profumo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA