



6267⁸

Chinese Bobos¹²

Dressed-up Architecture¹⁰

Tubino or not Tubino?⁶

www.yoox.com⁷

Issey Miyake + Dyson = The Wind¹⁵



HOME PHILOSOPHY
visionnaire

PRESENTA



24 GENNAIO - 2 FEBBRAIO 2008

FOTOARTISTI D'ITALIA 1967-2007

UNA MOSTRA CURATA DA **ACHILLE BONITO OLIVA**
IN COLLABORAZIONE CON **PHOTOLOGY**

VIA FARINI 13, **BOLOGNA**
ORARIO CONTINUATO 10.00 - 21.00
OGNI SERA COCKTAIL DALLE 19.00

CLAUDIO ABATE | OLIVO BARBIERI | VANESSA BEECROFT | MAURIZIO CATTELAN
LORIS CECCHINI | FRANCESCO CLEMENTE | EMILIO FANTIN | LUIGI GHIRRI
MARIO GIACOMELLI | LUISA LAMBRI | CARLO MOLLINO | UGO MULAS | LUIGI ONTANI
GIUSEPPE PENONE | MICHELANGELO PISTOLETTO | MARIO SCHIFANO | ETTORE SOTTASS
PAUL THUILE | FRANCO VACCARI | FRANCESCO VEZZOLI | GILBERTO ZORIO

IN COLLABORAZIONE CON

SONY α

CERDOMUS

PERFORMANCE

CREATIVITY
STORE

INCHIOSTRI
DELL'ARRE

Laureo Perini

Ferrarelle

SanVito

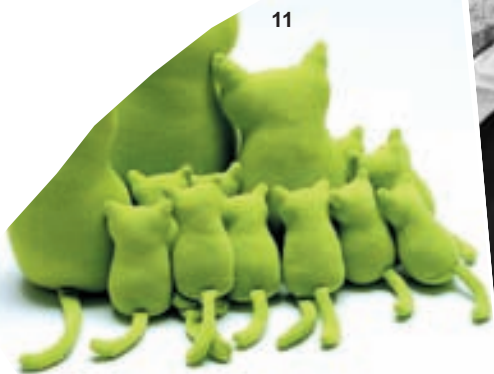
SI RINGRAZIANO

CON IL PATROCINIO
DEL COMUNE DI BOLOGNA



L'EVENTO FA PARTE
DEL CIRCUITO OFF DI ARTE FERA

OFF



11

A cura di Antonella Reina

spellbound



1

2

3



10

ILLUSIONI SARTORIALI

24-7 Suits, marchio prettamente maschile, si distingue per la sapiente combinazione di tagli classici e sartoriali con dettagli contemporanei e innovativi. A firmare la linea è **Silvio Graziottin**, già designer di **E-play**. La collezione primavera/estate '08 si ispira all'illusionismo e alle arti magiche, molto popolari alla fine del diciannovesimo secolo. Alla sobrietà del *tailoring* più tradizionale si abbinano t-shirts, polo e camicie realizzate con materiali ricercati, mentre borse, catene e cinture ricordano gli strumenti di magia usati dai prestigiatori di quel periodo. Il risultato? Enigmatico e affascinante.

www.24-7suits.com



9

8



QUANDO LA ZEPPA È MODERNISTA

Sembrano vere opere d'arte gli accessori di **Claudio Montias** (4 - 5 - 6), stilista/artista argentino, che si è fatto notare nel progetto *Fashion Incubator* di Camera Nazionale Moda. Le scarpe, dalle altezze vertiginose, e le borse, rigorosamente rigide, mischiano con grande abilità colori e forme ispirati all'arte modernista degli anni '50 e rielaborano elementi tipici della tradizione *gaucha* con un tocco glamour e lussuoso.

www.cameramoda.it

UUU - COPRISENO CERCASI

Sono veri oggetti del desiderio i gioielli **VM** (7-8-9), nati dalla creatività di **Viola Naj-Oleari** e **Marta Caffarelli**, due amiche appassionate di design e arte. Ogni singolo accessorio lancia messaggi, esprime concetti, evoca pensieri, sempre essenziali, ma molto femminili. Dalla delicatezza di bracciali e orecchini, all'ironia delle collane fino ad oggetti più sensuali come gli orecchini mantra o il copri-seno "uuu". L'uso dei materiali combina la preziosità dell'oro, l'argento e le pietre dure con la leggerez-

za e la semplicità di materiali plastici, carta, e vetro.

www.ateliervm.com

GATTO-TERAPIA

Si chiamano *kitten* (10-11) e sono l'invenzione di una giovane e sentimentale designer colombiana. Dolcissimi e coloratissimi gattini/pupazzo nati come decorativi oggetti di design ma che, secondo la loro creatrice, avrebbero anche qualcosa in più. **Ericka Olaya Andrade** rivendica infatti il loro valore terapeutico: i *kitten* sarebbero capaci di farci sentire meno soli e di donare allegria all'intera casa, grazie alla variopinta disponibilità di colori in cui sono stati creati. I più chic? Quelli declinati nella versione in *cashmere* dalle tinte neutre.

www.kikkankitten.blogspot.com



4



5



6



7

Names/she

Amanda Wakeley

S'ispira agli acquarelli di **Rodin** la linea s/s 08 della designer londinese **Amanda Wakeley**. La palette, dal nudo al terra bruciata leggero, dal grigio fumo al gesso è il punto di partenza per la collezione. La forma si adegua al colore: scultorei i *look* black&white, leggerezza e drappeggi per le tinte pastello. I pezzi-chiave della sfilata rivisitano dettagli sportivi in versione *luxury*: il piccolo impermeabile in *Mikado* è indossato su *shorts* in maglia di seta, il morbido *parka* in *suede* si porta invece con pantaloni ampissimi. Il nuovo basic firmato Wakeley? La T-shirt oversize in lurex.



www.amandawakeley.com

Le immagini di **Andy Warhol** trovano l'ennesima nuova collocazione. Per l'autunno/inverno 2008/09 caratterizzeranno infatti la "**Collezione Andy Warhol**" di **Pepe Jeans**



London, nata in collaborazione con la **Fondazione Andy Warhol**. 250 capi per uomo e donna giocati tra stampe pop ed "ispirazioni Factory" a ricreare il look glam e decadente degli edonisti discepoli che frequentavano lo studio di Warhol a New York, da Edie Sedgwick a Candy Darling.

www.pepejeans.com

S.O.S



Perdere un guanto? Un classico. Ma la soluzione ora è a portata di mano: si chiama **One Cold Hand**. Un sito per raccogliere in rete tutti i guanti smarriti. Per il momento può essere utile solo agli sbadati di New York e Pittsburgh, luogo in cui si è originato il fenomeno. A breve però anche i milanesi potranno beneficiarne.

Elena Semenzato

www.onecoldhand.com

Riscoperte



Un indirizzo "principesco". Abiti e accessori d'epoca dated back to '50/'60/'70/'80 vengono re-interpretati in chiave settecentesca ed esposti indossati da manichini d'antan. Si chiama **Beyond Retrò** (58-59 Great Marlborough Street, London, W1) questo atelier dedicato a tutti i cultori londinesi del *vintage chic*. Più che un diretto omaggio alla figura storica di Maria Antonietta, un tributo alla versione rock'n'roll proposta da **Sofia Coppola** nel suo ultimo film.

Elena Semenzato

www.beyondretro.com/soho

Prune Issue

Non conventional luxury stuff /1

L'arte applicata agli arredi. Inediti pannelli decorativi sospesi tra fashion e design. Li firma **Alex Turco**. *New.Pics.Art*, collezioni annuali in edizione limitata a soli 200 esemplari per soggetto: un medesimo layout foto-grafico su cui l'artista interviene poi manualmente, al fine di rendere ciascun pezzo un "unico". Su richiesta anche pannelli personalizzati per spazi pubblici e privati: in questo caso il processo creativo è condiviso in tutte le sue fasi con il cliente.



www.alexturco.com

.wit | #1

allegato ad **Exibart.onpaper**

DIRETTORE EDITORIALE
Massimiliano Tonelli

COORDINATORE EDITORIALE
Marzia Fossati

HANNO COLLABORATO
Marianna Agliotone,
Maddalena Biasi, Cecilia
Freschini, Francesca Orlandi,
Federico Poletti, Maria
Giovanna Poli, Antonella Reina,
Elena Semenzato.

CONTATTI
info@wit-mag.com
www.wit-mag.com

ADV
Emmi srl -
Cristiana Margiacchi
c.margiacchi@emmi.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Giovanni Sighele

EDITO DA
Emmi s.r.l.
Via Giuseppe Garibaldi, 5
50123 Firenze

VICE PRESIDENTE
Artico Gelmi di Caporiacco

DIRETTORE GENERALE
Antonio Contento

REGISTRAZIONE
presso il Tribunale di
Firenze n. 5069 del 11/06/2001

Rubrichissima

Shortcuts funziona da pesca miracolosa nel luna park delle notizie che fanno unica l'arte e la moda, raccolte in mesi di sudore, come tiene a precisare il berlinese *Sleek*. Gustose chicche pettinate via dal web, scannerizzate dai cataloghi, registrate nei viaggi. Un esempio? Trovate le **Armani**-differenze nelle fashion paintings del cinese **Li Qing**,

basate su fotografie originali da cui si discostano per una divertente serie di particolari. **Maria Giovanna Poli**



© 2008 The Art Directors Company. All rights reserved. This is a reproduction of the original photograph. The original photograph is the property of the Art Directors Company. All rights reserved. This is a reproduction of the original photograph. The original photograph is the property of the Art Directors Company. All rights reserved.

Complemento Oggetto

Acquistare un paio di jeans per la bellezza del *packaging*? Immaginatelo avvolto attorno ad un rocchetto come se fosse un filo ed ecco che la risposta diviene sì. **J4 Color** è una collezione di *denim* che si distingue non per i suoi tessuti, i suoi lavaggi o i modelli, ma esclusivamente per il colore delle sue impunture. Il filo diviene protagonista: un piccolo dettaglio che acquisisce grande appeal nel dare una nuova colorata interpretazione al concetto di bluejeans.

www.jfour.it



Libritudine

Lusso. Seduzione. Eleganza. Ed un unico nome: **Valentino**. "Una grande storia italiana" di Art Edition: vita e carriera immortalate e narrate in un raffinato *libro- bijoux* destinato a pochi eletti: 100 copie numerate e autografate dal grande *couturier*. Costo? Tremila euro. I preziosi archivi della maison svelano immagini storiche, stampe autenticate di figurini, ritratti, *editorials*, campagne pubblicitarie ed interviste. Ovvero la genialità del gusto, quella che ha portato **Valentino** nell'empireo dei grandi nomi della moda.

Francesca Orlandi



www.taschen.com

Names/he

Piombo

Ha inaugurato lo scorso settembre la boutique milanese **PIOMBO**. Un particolarissimo "contenitore" in cui trovano collocazione tutte le creazioni del "filosofo della moda": i tessuti in cachemire, creati in esclusiva su antichi telai in legno in Scozia, il su-misura maschile, le ormai celebri *smoking jacket*, oltre agli accessori in pelle e in seta francese. E' previsto inoltre uno spazio al femminile, dedicato al su-misura per la donna, per la costruzione di giacche prodotte con tessuti realizzati a mano.



Non Conventional Luxury Stuff/2

Benessere, estetica e tecnologia in un solo concept. Amadama - brand Giapponese che tra il suo nome da un quartiere di Tokyo famoso per le sue lacche nell'epoca Edo - propone oggetti che sono al tempo stesso strumenti di lavoro e pezzi di design. Prodotti altamente tecnologici, creati con materiali naturali e caratterizzati da forme intriganti. Un esempio? Ergonomici auricolari in bambù che si adattano perfettamente all'orecchio. Ascolto ottimale garantito.

Maddalena Biasi

www.en.amadama.com

Come eravamo - Cover d'antan

L'illustrazione Italiana - Natale 1936

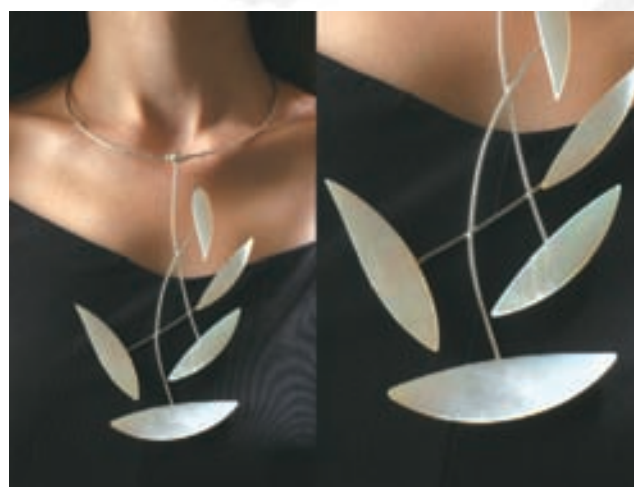


1836-1936. Ti canterò un secolo di moda e costume, cento anni di donne e, s'intende, anche di uomini. Ed è tutto un delirio di busti sotto eroici *tailleur* dal sapore militare ma dal colore che promette vendetta, se non altro per l'immancabile stola di pelliccia. Adatti ai caffè concerto e alle sartorie degli scrittori. Perché la donna targata 1937 - Carrie Bradshaw ante litteram tra la vita privata, la città e la strada, è in cerca di stile...

Maria Giovanna Poli

Lapislazzuli

Minimali, sinuosi, elegantissimi. Realizzati con materiali naturali sì, ma di pregio, come la madreperla, il corallo ed il turchese. Sono i gioielli di **Antonio Picardi**, designer e grafico partenopeo che da quindici anni insegue la passione per la gioielleria e realizza collier che ama definire 'microsculture'. Sfumature iridescenti bianche e perlacee, rossi brillanti e pietre azzurre vestono i collarini rigidi in argento, grazie ad una manifattura rigorosamente artigianale e, ovviamente, in versione *unique*.



Marianna Agliottone

"Le donne si vestono male, io le frego tutte con il mio nero così impareranno ad avere gusto". Con queste parole di **Coco Chanel**, pronunciate senza mezzi termini nel 1926, nacque l'utilitaria stipata nel guardaroba di ogni donna sopra i 18 anni. Chi lo direbbe che il piccolo abito nero, sussurrato confidenzialmente come 'LBD' dalle *addicted* d'oltremare, ha già compiuto ottant'anni? Nessuno, dal momento che lo si vede sostare dal chirurgo plastico con l'approssimarsi ciclico delle *catwalk* internazionali. Ha iniziato scandalizzando come "moda per piccole telegrafiste sottoalimentate" (e l'ispirazione dai grembiuli delle istitutrici dell'orfanotrofio non fa una piega...), facendo il formale nei Trenta, il conservatore nei Cinquanta, contestando nei Settanta, sbrillucciando negli Ottanta e atteggiandosi a minimal nei Novanta. *Mai più senza*, dichiararono da subito **Edith Piaf, Juliette Greco, Rita Hayworth, Audrey Hepburn, Anita Ekberg...** e l'elenco sembra non avere fine ad ogni giro di calendario. Tanto rumore per nulla, o quasi: il tubino in fondo è la semplicità fatta abito, sbracciato, cortino, avvolgente. Lo puoi incontrare ad un appuntamento al buio o a un tè con le amiche. L'incomparabile **Lulu Guinness** nel suo "Put on your pearls girls!", osa di più: "perché non indossare un abito da cocktail per andare in ufficio?". Dalla boutique di **Didier Ludot** in *Galerie de Valois* a Parigi, dove sosta il meglio del *vintage*, ai mercatini di quartiere, sciocco o chic, in vinile o morbida *crepe* di seta, l'importante è mescolare vizi e virtù. Parola d'ordine: *divertissement*, fantasia. Che non fa rima con 'sdrammatizzare', termine obsoleto che odora di finta democraticità e ha il sapore di noia. Perché se è vero che il *look-maker* di turno potrebbe ormai arricciare il suo nasino viziato alla vista della *parure* 'tyffaniana' tubino+perle+décolleté+kelly, il bello del nero è che non devi far lavorare troppo la testa per abbinare i colori, e lo scarto di stile è un errore pigramente voluto. D'altra parte è forse vero l'assunto che il miglior accessorio per una donna è avere accanto un uomo ben vestito. E poiché il 'petit noir' è un po' come la baguette per i francesi, meglio non separarsene mai. Non sai mai quando e a cosa veramente ti

A cura di Maria Giovanna Poli. Indiscusso ever-green della moda, per rimanere up-to-date il little black dress non rifugge il prezioso tocco di bisturi degli stilisti contemporanei. Eccolo allora armarsi di imbottiture avant-garde, ricorrere a speciali sostegni anatomici, aprirsi uno o più varchi nel tessuto per svelare il corpo al mondo esterno ed infine, spavalidamente, virare verso nuove soluzioni cromatiche...

Tubino or not tubino



Ha iniziato scandalizzando come "moda per piccole telegrafiste sottoalimentate", facendo il formale nei Trenta, il conservatore nei Cinquanta, contestando nei Settanta, sbrillucciando negli Ottanta e atteggiandosi a minimal nei Novanta

servirà. Lo suggerisce **Chiara Boni** con la linea 'Petit Robe', realizzata in uno speciale tessuto 'sensitive' a prova di valigia. Sta tutto lì, nel sacchettino in tulle, e non si stira, non si stropiccia, si lava e si asciuga in un soffio. Tira ormai aria di ribellione al modello stereotipato ammantato di *bon ton*, se dobbiamo credere alle parole di **Alexander McQueen** - "...è l'incarnazione del potere femminile, crudo, schietto e dritto al punto" - che propone per la p/e 2008 tubini in raso di seta con pannello morbido slegato sul davanti e spilline imbottite, per un assetto da samurai metropolitana. Lo stesso mood sembra indicare la reinterpretazione di **Givenchy**, buche-rellata da maxi cerchi bordati in metallo ton sur ton. Per non parlare della verve aggressiva di calzari alla schiava che scalano la lunghezza di gambe chilometriche per arrivare fino al ginocchio. C'è anche chi ha provato la frustrante esperienza di non trovare mai il pezzo su misura. Capita, se si è una valchiria di un metro e novanta come **Wren Scott**, ex modella e ora acclamata designer hollywoodiana, nonché altra metà del cielo di **Mick Jagger**. La quale ha deciso di votarsi alla continua interpretazione del *Little Black Dress*, declinandolo per questa primavera in un inedito *blue dragonfly*, come recita il titolo della collezione. Il consueto diventa insolito, grazie a speciali sostegni che bandiscono l'uso del reggiseno, a piccoli piombi all'orlo, e alla scelta opzionale delle maniche. Anche lo stilista **Yoshiki Hishinuma**, non riuscendo letteralmente a trovare il bandolo della matassa, ha da tempo iniziato a creare i propri filati e tessuti regalandosi sperimentazioni surreali, per abitini costellati di moduli in *polyestere* in rilievo trattati termicamente in uno stampo metallico. Come a dire, con le parole di *Mademoiselle* - di cui è appena uscita la biografia scritta da **Henry Gidel**, in attesa del film prossimo con **Audrey Tautou** per la regia di **Anne Fontaine**: "Fare la Shéhérazade è facile; un abito nero, difficilissimo".

www.chanel.com
www.didierludot.com
www.chiaraboni.com
www.alexandermcqueen.com
www.givenchy.com
www.yoshikihishinuma.co.jp



Chanel SS08



Givenchy by Riccardo Tisci SS08



Wren Scott SS08



Alexander McQueen SS08

al centro: **Coco Chanel** nel celebre scatto di **Man Ray**. a sinistra: **Audrey Hepburn** nel 1960 sul set di *Colazione da Tiffany*. Foto tratte dal libro di **Charlotte Seeling**, 'Moda. Il secolo degli stilisti. 1900-1999' (Konemann, 1999)



Federico Marchetti - AD e Fondatore di YOOX.COM. (Ph. Alex Majoli)

A cura di Francesca Orlandi. L'ultima apparizione su suolo reale è avvenuta a Pitti Immagine Uomo. È qui che YOOX.COM e Hussein Chalayan hanno presentato in anteprima mondiale la collezione menswear per la prossima p/e. Porta la firma del designer cipriota e sarà in vendita esclusivamente su yoox. In edizione rigorosamente limitata.

Benvenuti nell'isola felice

L'incontro ravvicinato è con Federico Marchetti, AD e Fondatore di YOOX.COM, la boutique virtuale multi-marca di moda e design numero uno al mondo. Un progetto italiano doc che ha conquistato consensi diffusi

Un'acuta comprensione del contemporaneo e la capacità di vedere possibilità impensate. Questo accomuna lei e Hussein Chalayan.

Presentare una collezione con una videoinstallazione: perché?

Ciò vuole indurre una riflessione sul rapporto fra uomo e tecnologia e fra tecnologia e moda. Un cubo dal quale ci guardano e si lasciano guardare gli uomini dello spazio sospeso, tra realtà e illusione. La tecnologia è il *fil rouge* tra Chalayan - da tempo impegnato nella ricerca tecnologica sui capi - e YOOX, in grado di costruire in Rete uno spazio d'incontro tra tecnica ed estetica. Poi, la presenza di un'azienda virtuale ad una fiera come Pitti Immagine Uomo ha sicuramente destato curiosità.

Cosa ha YOOX.COM che altri non hanno?

Quello che YOOX.COM ha fatto in questi anni è stato costruire un "dialogo" con il cliente, ascoltare i suoi desideri per esaudirli attraverso un nuovo formato che mescola stili differenti e presenta prodotti difficili da trovare altrove: dal pezzo *vintage* alla selezione di capi e accessori di fine stagione a prezzi accessibili, alle collezioni esclusive di giovani stilisti di talento che, pur essendo straordinari, non hanno una rete di vendita. Tutto ciò che è qui non si trova in negozio. Si tratta di un approccio al consumo totalmente diverso: ludico, divertente, tra passato e futuro. Senza dimenticare tre vantaggi in particolare: "privacy", "time is luxury", "hard-to-find selection".

Qual è l'identikit dell'acquirente di YOOX.COM?

I clienti di YOOX.COM sono giovani. Uomini e donne appassionati di moda, design e arte. *Fashion intellectual* più che *fashion victim*. Amano il gusto della ricerca. Non indossano mai un solo brand dalla testa ai piedi, ma vengono da noi per poter fare mix & match di stili diversi.

Da quanti capi è composta generalmente una collezione?

Infiniti, abbiamo 4000 arrivi al giorno.

Qual è il vostro giro d'affari annuale?

Abbiamo chiuso il 2006 con quasi un milione di capi consegnati in tutto il mondo, circa tre milioni di visite al mese e un fatturato lordo di 69 milioni di euro.

Quali sono i tipi di articoli più venduti?

Tutte le nostre categorie merceologiche presentano ottime performance di vendita. La spiegazione sta nella

nostra *policy* di reso: il cliente può infatti provare in tutta comodità a casa sua il capo, magari accostandolo ad altri del suo guardaroba. E se non piace, può restituirlo entro alcuni giorni dalla consegna.

La collezione venduta a tempi di record? In quanto tempo è andata in sold-out?

Chanel Vintage: 100 pezzi raccolti in

quattro mesi in giro per il mondo, venduti in 24 ore.

Come fiore all'occhiello, ora avete in vendita la collezione vintage Coco Chanel: "Cherchez la femme". Come vi procurate questi capi, avete rapporti con i collezionisti privati?

Per il progetto *Chanel Vintage* gli esperti di moda di YOOX.COM hanno selezionato i pezzi di Chanel in giro per il mondo. Varie le fonti: boutique, aste, negozi vintage e collezioni private. Anche Holly Brubach - la celebre *Style Editor* del New York Times e scrittrice autorevole di libri sulla moda - ha ceduto alcuni bijoux della sua collezione personale.

Come vi accordate con le maison di moda?

La parola chiave è selezione: il team internazionale di *buyer* di YOOX.COM seleziona gli articoli più interessanti da tutte le parti del mondo, da Parigi a Milano fino a New York, spaziando dai brand conosciuti ai marchi di ricerca.

THE WILD BUNCH: un'opportunità per i giovani fashion designer. Una bella vetrina che può trasformarsi in un trampolino di lancio?

Certamente. Da sempre supportiamo i giovani talenti che vogliono avere visibilità internazionale. The Wild Bunch è un progetto speciale del sito che seleziona giovani stilisti offrendo loro l'opportunità di presentare le proprie creazioni per YOOX.COM al vasto pubblico della rete. YOOX.COM diviene così una piattaforma globale dove designer emergenti possono trovare una voce ed un mercato.

Scott, Wilhelm, Morrow, Herchcovitch: qual è stato il criterio di selezione? C'è un comune denominatore per tutti questi stilisti?

I designer che scegliamo hanno in comune una visione propria e particolare della moda. Il progetto "The Wild Bunch" è nato proprio per dare impulso alle creazioni di giovani designer che interpretano la moda con uno stile unico e personale.

Si vocifera già sul prossimo nome?

Per la prossima edizione ci piacerebbe molto dare spazio a un giovane stilista italiano.

I clienti di YOOX.COM sono giovani. Uomini e donne appassionati di moda, design e arte. Fashion intellectual più che fashion victim

Come ci si sente a dirigere un giro d'affari che non ha confini definiti, che avviene in uno spazio che non esiste, sospeso dalla realtà?

Nessun contatto face to face, solo transazioni virtuali? Svilente o affascinante?

Sicuramente affascinante. È uno spazio sospeso senza luogo né tempo, dove moda, arte, musica, curiosità e divertimento si fondono virtualmente. YOOX.COM più che un sito è un "luogo" e non è un caso che a progettarlo sia stato un architetto come **Alberto Biagetti**, *Art Director* di YOOX. YOOX.COM è un "organismo dinamico": si adatta alla progressiva crescita dei consumatori, dei loro bisogni e delle loro aspettative. Ci preoccupiamo di raccogliere costantemente i feedback dei nostri clienti attraverso il sito, ma anche attraverso il call center e il customer care, con l'obiettivo di fornire una risposta alle loro richieste.

www.yoox.com

www.husseinchalayan.com



6267. Come il codice identificativo di un'infanzia trascorsa in colonia e nei campi estivi. Come l'etichetta cucita all'interno di un grembiule, scolorita dai troppi lavaggi. Ed ecco che una sequenza di fredde cifre può scaldarsi di suggestioni, quattro cifre e due nomi da associarvi: Tommaso Aquilano e Roberto Rimondi. Pugliese il primo, bolognese il secondo. Da Who's on Next al debutto sulle passerelle di MilanoModaDonna con la collezione

Di Marzia Fossati. BDagli Iris di Van Gogh alle lacche giapponesi. Da Milano a Firenze, la creatività tutta italiana di Tommaso Aquilano e Roberto Rimondi si afferma come giovane speranza. Per il futuro del made-in-Italy...

6267

autunno/inverno 07/08. La loro stella è in ascesa. Ultima tappa: Firenze. 6267 è "la grande speranza per il futuro della moda italiana". 6267 è l'incarnazione contemporanea del "modo italiano". Così ha legiferato Pitti Immagine in occasione di Pitti W _ Woman Precollection, il nuovissimo progetto che, parallelamente alla kermesse dedicata al menswear, ha visto protagoniste oltre quaranta pre-collezioni donna per l'autunno/inverno 08/09. Sopra a tutte quella firmata 6267. Presentata ad un pubblico selezionato con un défilé-evento, allestito nei lussuosi ambienti della Galleria d'Arte Moderna di Palazzo Pitti. Una linea curata nei dettagli e ricca di contenuti, al punto da potersi quasi paragonare alla sfilata di main-collection: un incontro estetico tra il made-in-Italy e certi stilemi propri della Madre Russia, con occhi bene aperti anche sugli obiettivi commerciali. Pesanti e lunghi fino ai piedi i cappotti-uniforme, da scegliere in blu di Prussia oppure in verde acido - le

A cosa vi dedichereste se non foste stilisti? "A tutto ciò che può essere un'espressione d'arte"

mostrine applicate che rilucono come gioielli. In alternativa la mantella, anch'essa di taglio militare, declinata in un color grigio ghisa. Per il giorno il tailleur in Astrakan, o in lana bouclé, o ancora le raffinate combinazioni mini-pull + gonna longuette a vita alta. Per la sera una serie di abitini romantici che coprono le ginocchia: leggeri mosaici di velluto, chiffon e raso. L'accento, costituito da laboriosi ricami, è sul décolleté e sulle spalle, mentre le braccia rimangono nude o parzialmente avvolte in morbidi guanti di lana. All'apice vistosi colbacchi in pelo.

All'incontro con .wit, Tommaso Aquilano e Roberto Rimondi si rivelano ermetici, criptici. Non si sbilanciano, non fanno nomi e cognomi. Cosa ne pensate del fenomeno sempre più diffuso delle pre-collection? "È un servizio in più che si dà alle clienti esigenti". Che visione avete dell'editoria di moda italiana? "Nel momento in cui ci elogiano va tutto bene, accettiamo comunque anche le critiche costruttive". Chi stimate maggiormente fra i





colleghi italiani? "Ammiriamo tutti coloro che riescono ad emergere con un proprio stile". E tra le firme del passato? "Tutti, a modo loro, sono stati speciali e hanno fatto storia". Quali sono le vostre strategie di lavoro in qualità di coppia creativa? "Siamo diversi ma complementari". Come riuscite a dividere la creatività tra la collaborazione con il marchio Malo e la vostra linea? "Sono due storie distinte, separate: si ragiona seguendo questo criterio". A cosa vi dedichereste se non foste stilisti? "A tutto ciò che può essere un'espressione d'arte". L'apprezzamento più gradito in merito al vostro lavoro? "Che carini, che giovani. Non ci prendiamo mai troppo sul serio!" Il commento meno piacevole? "Siete meglio dal vivo..."

L'intervista dà poca soddisfazione. Meglio lasciar parlare i loro abiti: miscele di vari input, sinergie di percorsi storici correlati gli uni agli altri, in una rete di citazioni e rimandi, tutta giocata tra volumi, colori e dettagli. Continua metamorfosi della silhouette, ma con un'unica storia d'origine. Sincretismo come generale marchio di fabbrica che, di volta in volta, trova specifiche espressioni nelle singole collezioni. La primavera/estate 08 attinge tanto alle antiche tradizioni nipponiche, quanto all'etichetta inglese del XVIII secolo, passando per la couture degli anni Cinquanta. Ad aprire la sfilata Maria Carla Boscono, odierna e nobile donna samurai proposta sulla copertina di questo *.wit*. E poi è tutto un susseguirsi di sovrapposizioni di pieghe geometriche, un gioco di origami in seta, fatto di attese e sorprese, di contrasti front-back: un ampio scamicciato da compita infanta, ben lungi dal rivelare le forme del corpo sul davanti, si scopre essere - visto da dietro - un tubino sagomato seconda pelle, il fuoco sulla schiena, leggera, minuta, improvvisamente sensuale. Un gioco cromatico anche, sapientemente calibrato tra la gamma dei toni naturali, tipica dei tessuti organici, e i colori "lacca", dal rosso all'orchidea, dai turchesi al blu iris. Da un omaggio a Van Gogh, al trasporto emotivo seguendo i colori della pittura, sempre in una connessione ben salda con sfumature e forme orientali. Tra i beige, i polvere e i bianchi gesso si accostano la giacchina dal taglio kimono con trionfo di pince sulla parte posteriore e la mini-skirt sagomata, a seguire la linea dei fianchi e del bacino. Come tela di un pittore, il soprabito con stampa floreale - sgranata però dalla tecnologia computerizzata - si sovrappone ad una morbida serie di strati, il davanti in lurex, l'impalpabile camisol e la gonna cortissima ma morbida, mossa da alcune pieghe. Ha sfilato come un'eroina di Wong Kar-wai, la top Vlada Roslyakova, avvolta in un asciutto silk-dress, colletto alla coreana, maniche asimmetriche e motivo di arricciature che convergono tutte nel medesimo punto, su un fianco, per sfociare in un geometrico nodo. E via ad un gruppo di outfit che paiono usciti dalle scene di *In The mood For Love*. Sopra a tutto riluce un oro imperiale, ora nel dettaglio di una gonna, ora splendente ricamo di un capo-spalla o ancora scenografica soluzione per un *total look* in bilico tra l'articolo d'abbigliamento e il mosaico bizantino. Il capo top-seller? "Senz'altro il tubino bianco ottoman, con inserti in raso perla sulla schiena e zip a vista". La risposta, stavolta, ce l'hanno pronta...

www.castor-moda.it

A cura di Maria Giovanna Poli.

Dressed-up architecture

Pensa intensamente a un volume. Quali che siano le coordinate del tuo pensiero, possono diventare corazza e paradigma del tuo io corporeo o abitativo, mediante un unico, osmotico fine: stupire! L'immagine del materiale che prende forma dall'idea. Prova a scomporre e ricostruire, destrutturando gli elementi nelle variabili architettoniche apparentemente impazzite del **Guggenheim di Bilbao** (Frank O.Gehry, 1997), per ricomporle poi in babelici moti a spirale in un cappello di **Gallia & Peter**

(1998). Prova a dettare la linea di uno sguardo verso un equilibrio instabile, un confine oltre al quale la materia si annulla, declinato nel tetto di **Notre Dame du Haut a Ronchamp** (Le Corbusier, 1955) o nelle pindariche asimmetrie di un polacchino **Ferragamo** (1939). Pezzi unici, forme finite che rendono omaggio alle possibilità del materiale che le compone, sono micro e macro architetture a confronto, che parlano dell'uomo e del suo genio.

Giacomo Balla - La modernità futurista. Milano, Palazzo Reale, 14 febbraio - 18 maggio 2008. Catalogo Skirà

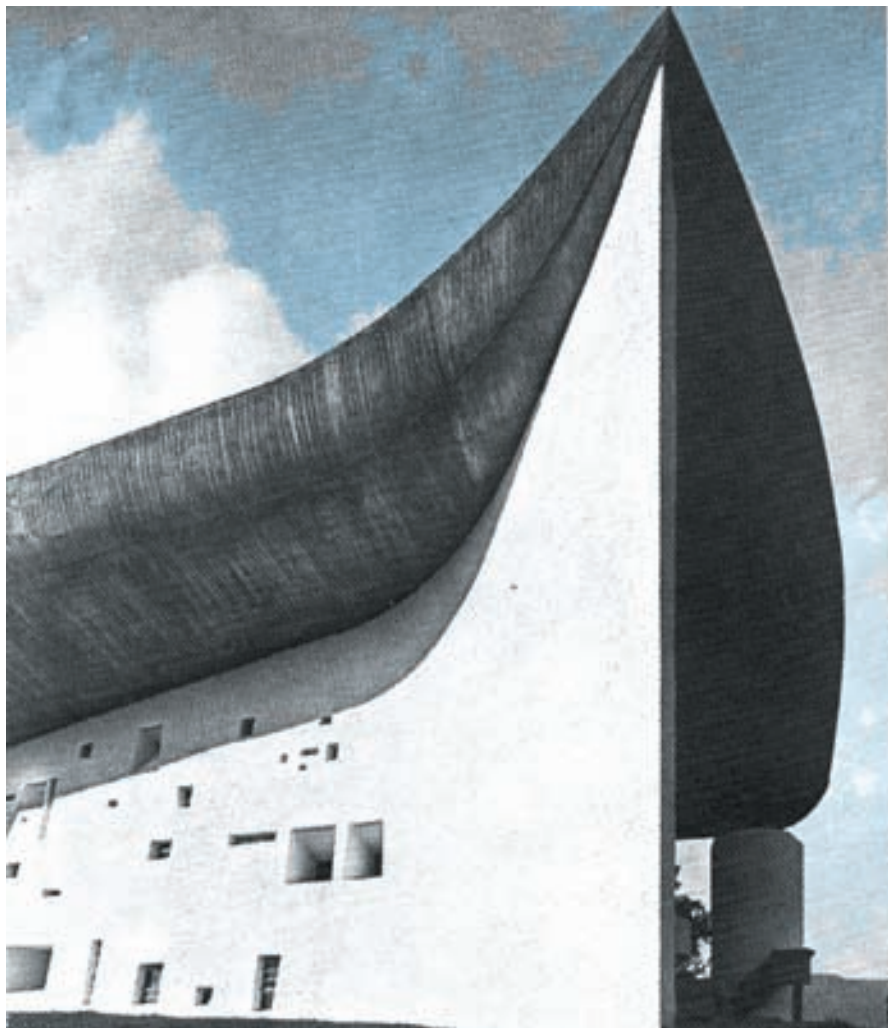


qui e in basso a sinistra: Look Issey Miyake p/e 08



Guggenheim di Bilbao (Frank O.Gehry, 1997) - Hat Gallia & Peter (1998) - Foto di: Laura Calzona, Sara Scarpati. Model: Mika@Elite. Fotocomposizione: Anselmo Zerbini @ Foto Arcade - Milano.
Nel tondo: Sandalo Emilio Pucci p/e 08

Compostezza vs ribellione. La forza centrifuga di elementi sfrangiati in uno strabismo estetico rilucente di titanico argento, spiazza e confonde. E agisce come un balsamo il moto centripeto di volute di rafia che si innalzano scartando d'un grado a ogni ingannevole giro, verso un punto indefinito che porta al suo fine...



Corni di rinoceronte e zeppe coturnie ammiccano sornioni a stravaganze surrealiste testimoni di connubi d'oltralpe tra arte e moda. Mentre vele rovesciate, quasi gusci di granchio dalle imperfette fattezze, fintamente leggeri e sospesi ostentano una forza espansiva compressa di picassiana memoria...

Elsa Schiaparelli, Tailleur in faille nero, 1949 - Scarpa chiusa in vitello, 1939 (da Museo Salvatore Ferragamo, Idee, modelli, invenzioni)



Scarpa femminile, 1938 (da Museo Salvatore Ferragamo, Idee, modelli, invenzioni)

Abitano in un monolocale, hanno una **Buick**, una copia di Marguerite Duras e adorano il cappuccino italiano. Sono i *Bobos - Bourgeois Bohémiens*, così come li ha definiti **David Brooks** nel suo libro cult "*Bobos in paradise*".

temporanea cinese, sede di gallerie ed atelier, oltre che location prediletta per catwalks e shooting di brand occidentali quali **Christian Dior** ed **Omega**.

Colti, amanti del web e della tecnologia, i Bobos esprimono il loro lato *cool* nel week-end. Gli uomini giocano a golf; gli shanghaiesi, con maggior fortuna climatica dei Pechinesi, scelgono **Shenshan** per il suo meravi-

gioso *resort* golfistico. Le ragazze più semplicemente consumano: svincolate dal tabù di un matrimonio forzato e precoce, si riscoprono indipendenti forti ed aggiornate, pronte a morire per il **Motorola** shocking-pink di ultima generazione o per una **Hello Kitty Credit Card**. Aspiranti *cheerleader*, mixano "americanità" ed "europeismo". Frequentano locali alla moda e i ristoranti più nuovi, tese in una spasmodica ricerca di tutto ciò che può rendere la loro vita più frizzante. Al dono di un anello (magari equivocabile con qualche banale imitazione dei *Fake Market*) preferiscono una lussuosa automobile.

A cura di Cecilia Freschini. I cinesi pensano tutti a far soldi e a produrre in una bulimia manifatturiera che ci sta sommergendo? Ma neanche per sogno. Le classi affluenti di Pechino e Shanghai sono già oltre. E ci mostrano come sarà la Cina dei prossimi lustri. Tra Armani, Fendi e Gattinoni. In centri commerciali e gallerie d'arte. Voilà les bobos made in china, anzi, glam' in china...

Glam in China



Bobos nei pressi del tempio di Shenshan (SH) - (courtesy Cecilia Freschini)

Giovani membri della classe emergente della Cina moderna, consumatori ossessivi che ricercano il marchio di qualità come status symbol. Animati da spirito di euforia e volontà di rottura col passato emulano ed enfatizzano gli input che arrivano dall'Occidente, per essere quanto più europei e borghesi possibile. Per essere *Bobos*. Sulla scia di **Kerouac**, alternativi ma glam', si perdono tra boutique fashion ed imponenti shopping mall, ascoltando **Wei-Wei** e le **Wild Straberries**. Segue un aperitivo in perfetto *Italian style*, oppure una "puntata" nel quartiere degli artisti - il "798": un vecchio complesso industriale abbandonato dove trovò rifugio, negli anni '80, la comunità creativa della città. Oggi il **Dashanzi Art District** rappresenta il fulcro del paradiso dei Bobos, cuore dell'arte con-



Concubine, Judge e Stockholder: tre look from Zhao Bandi Fashion Show



Hello Kitty credit cards by China Merchants Bank



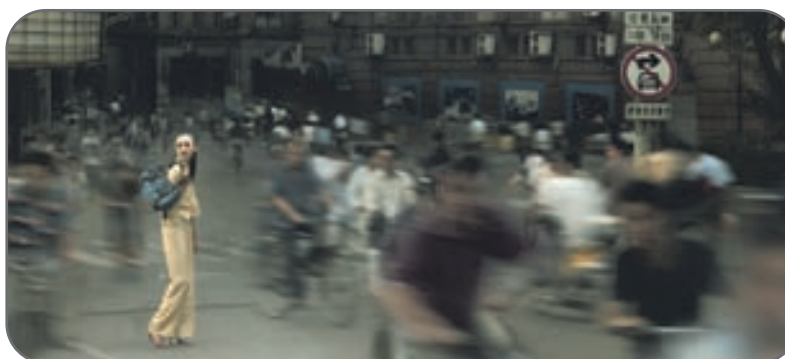
letteralmente spopolato la scorsa stagione, o ancora **Shanghai Tang**. Proliferano poi le *fashion week*, da Pechino a Shanghai, passando per Hong Kong - spesso allietate anche da qualche nome italiano: **Gattinoni**, **Raffaella Curiel** e **Fendi** che ha sfilato sulle antiche scalinate della Grande Muraglia. Lo scorso novembre poi la città di Pechino ha conosciuto l'ironico connubio tra arte contemporanea e moda presentato dal noto artista concettuale **Zhao Bandi**: una collezione affascinante che non dimentica però l'impegno sociale - ed ecco scendere in passerella tutte le classi sociali della nuova Cina: sexy infermiere, affascinanti dottori e pazienti, prostitute, spose, concubine, giudici, carcerati, spazzini e atleti olimpici...



"Pukka-car" in un tipico vicolo pechinese del quartiere Nanluoguxiang (courtesy Cecilia Freschini)

Molti top brand internazionali - ma anche operatori interni - rivedono le loro strategie in funzione dei giovani cinesi, muovendosi verso un continuo aggiornamento del prodotto. Si aprono nuove sedi, s'inaugurano show-room: da **Giorgio Armani** a **Tod's**, passando per **Valentino**, fino al recente opening del secondo flagship-store **H&M** (2000mq) a Shanghai. Nel party di apertura? **Zhao Wei**, star del cinema asiatico, la top model **Du Juan**, la stella della TV **Lee Xiao Ran** e **Kylie Minogue**.

Soluzioni scenografiche anche per il nuovissimo centro commerciale pechinese **The Place** (che ospita, tra l'altro, il primo punto vendita **ZARA** della città): qui si passeggia tra due grattacieli, sotto un soffitto-passerella popolato di squali, un oceano che presto diviene stagno, scandito dallo scorrere sereno delle ninfee. Anche la moda locale è degna di nota: tra gli astri nascenti del *Made in China* si annoverano **CCC - Chinese Cashmere Company**, **Erdos**, la cui linea 1436 ha



Un look Shanghai Tang

Rosario Farina, classe 1981. Ha studiato a Roma, presso l'Accademia di Costume e di Moda, il giovane stilista campano, per approdare, dopo alcune esperienze nella costumistica teatrale, all'Alta Moda. La sua base è a Napoli: il suo atelier trova collocazione negli splendidi ambienti di Palazzo Cellammare che spesso ospitano anche eventi d'arte contemporanea. La sua ricerca coniuga la tradizione sartoriale napoletana declinata al femminile, con una visione aggiornata e contemporanea. Maestro del su-misura, considera l'abito un'opera d'arte. Dalla redingote al Futurismo, dalle ispirazioni orientali alle suggestioni *Haute Couture*

degli anni '50, le collezioni di Farina vengono però filtrate attraverso un forte senso dell'attualità. I suoi sono abiti strutturati, seconde pelli per avvolgere la sensibilità di una donna raffinata, sospesa tra lo stile *Belle Epoque* ed il mondo d'oggi.

Le tue creazioni. Come nascono?

I miei abiti nascono da suggestioni visive, dalla ricerca di nuove linee. Producendo solo su-misura, non sottovaluto però le esigenze specifiche delle mie clienti. Tendo a tradurre in stoffa il gusto, la sensibilità e le sollecitazioni proprie della persona che andrò a vestire, restituendo pertanto un abito senza eguali, nato dall'in-



Lo stilista Rosario Farina

contro specifico con una donna piuttosto che con un'altra.

Come ti vedi?

Mi sento un creativo dell'immagine e considero ogni abito che progetto e realizzo quasi come un "unico", come un'opera d'arte. Mi piace l'idea di lavorare con passione e perseveranza, proprio come accadeva in tanti atelier degli anni Cinquanta e Sessanta.

I maestri?

Valentino e Christian Dior. Veri punti di riferimento.

Che stai facendo ora?

Proprio in queste ore sto ultimando un abito che verrà indossato dall'attrice Gioia Spaziani alla serata di gala per la consegna dei *Telegatti*.

E di che si tratta?

Di un *outfit* da sera in pura seta, con una profonda scollatura sul davanti, drappeggiato in organza di seta dorata. Da sotto il drappeggio fa invece capolino una gonna a campana in *satin*.

E la tua ultima collezione?

Si tratta di una felice sintesi che mi ha consentito di vincere il *Premio Moda Mediterraneo 2007. Tutto bianco! Tutto nero!* - questo il nome della collezione - è un esperimento che vuole coniugare una tecnica sartoriale raffinatissima, di scuola napoletana e una nuova visione del taglio e dell'uso dei tessuti.

Sì, ma in concreto?

Sette modelli ispirati al contrasto teso ed inconciliabile tra il bianco ed il nero, tutti realizzati rigorosamente a mano in materiali *satin* e *voile* di pregiate sete comasche. Uno dei punti di forza della collezione è senz'altro l'uso di un materiale organico come la seta: è il mio tessuto prediletto, in quanto immediatamente accostabile al corpo di una donna.

Il capo più scenografico?

Il bolero: una nuvola di piume e tulle. Un pezzo dinamico, di grande impatto visivo, "mosso" dalle sue mille leggerissime punte.

Contaminazione tra moda e arte, cosa ne pensi?

La contaminazione tra moda e arte è inevitabile. Ricevo suggestioni costanti dall'arte, in parte sotto l'influenza di persone a me vicine, ma anche perché la comunicazione della moda è sempre più vicina al mondo dell'arte. Personalmente amo la *pop-art*, soprattutto per il suo uso del colore e mi riconosco in alcune tendenze del minimalismo americano, per un certo rigore della forma che credo mi appartenga. Inoltre seguo la fotografia: ho inaugurato il mio stesso atelier proprio con una personale dedicata a Terry Richardson.

A cura di Federico Poletti. Nel suo studio di Napoli, il giovanissimo Rosario Farina opera con ritmi artigianali propri di certi atelier degli anni Cinquanta. Il risultato? Sogni sartoriali d'Alta Moda in purissima seta, realizzati esclusivamente su-misura.

Dalla redingote al Futurismo



Un look Rosario Farina Haute Couture - Dalla collezione Tutto Bianco! Tutto Nero!



Issey Miyake + Dyson

The Wind
Spring Summer 2008 Collection



www.isseymiyake.co.uk
www.isseymiyake.co.jp
www.dyson.com



PREMIO TARGETTI LIGHT ART AD ARTEFIERA 2008
TARGETTI LIGHT ART AWARD AT ARTEFIERA 2008

lightart

PREMIO TARGETTI LIGHT ART
TARGETTI LIGHT ART AWARD

DAL 24-28 GENNAIO
JANUARY 24TH-28TH

PRE-VIEW DELLE "OPERE DI LUCE" DEI GIOVANI
ARTISTI VINCITORI DELLA QUINTA EDIZIONE
DELLA COMPETIZIONE INTERNAZIONALE
A CADENZA BIENNALE PROMOSSA DA TARGETTI
IN COLLABORAZIONE CON ARTEFIERA

IL 26 GENNAIO ALLE 17.00
CERIMONIA DI PREMIAZIONE

JANUARY 26TH AT 5.00 PM
AWARDING CEREMONY

PRE-VIEW OF THE "LIGHT WORKS" BY THE YOUNG
ARTISTS WINNERS OF THE FIFTH EDITION
OF THE INTERNATIONAL BIENNIAL COMPETITION
PROMOTED BY TARGETTI
IN COOPERATION WITH ARTEFIERA

CARLO BERNARDINI
STEFANO CAGOL
MICHELA COLASUONNO E ALICE AZARIO
NICOLA EVANGELISTI
TAMAR FRANK
FERRARIO FRERES
EMANUELE FUCCI
KWOK WAI LAU
CLARA LUISELLI
CARLO NONNIS
PAWEL POMORSKI
BRIAN RASMUSSEN
FABRIZIO RIVOLA
ELY ROZENBERG
ANILA RUBIKU
ALEXANDRA STRATIMIROVIC
NICOLA TOFFOLINI
ATTILIO TONO
PATRIZIO TRAVAGLI
SHINJI YAMAMOTO
GEVORG ZIGZABIAN

AMNON BARZEL
DIRETTORE ARTISTICO
ARTISTIC DIRECTOR

LOBBY 16 - ARTEFIERA,
PIAZZA DELLA COSTITUZIONE, BOLOGNA

WWW.TARGETTI.COM / WWW.ARTEFIERA.BOLOGNAFIERE.IT
INFO: ARTLIGHT@TARGETTI.IT