PAMBIANCO

mood

Issue 192

Registrazione tribunale di Milano n° 528 del 25/10/2011

Muriel Maxwell, American Vogue,1939. © Condé Nast / Horst Estate. L'immagine è tratta dalla mostra "Horst: Photographer of Style", al Victoria&Albert Museum di Londra fino al 4 gennaio 2014.

73 **Fenomeni: Spose al quadrato**
di Simona Peverelli

79 **Indimenticabili: Cena ai piani alti**
di Andrea Guolo

85 **Trendwatching: Anarchiche evasioni**
di Rocco Mannella

91 **Tendenze Resort 2015: Girls do it better**
di Natalia Chebunina

104 **Upcoming Brands**
di Caterina Zanzi

106 **Not to be missed**
di Caterina Zanzi

mood-magazine.com

MALÌPARMI
www.maliparmi.it +39 049655922

di Rocco Mannella

(S)Punti di fuga

"La vita è un sogno o i sogni aiutano a vivere meglio?". Per anni, con questa ossessionante domanda, **Gigi Marzullo** ha tormentato gli ospiti e gli spettatori di un suo popolare programma tv, diventando facile bersaglio di continui sfottò. Il quesito, al di là delle scontate ironie che ne sono state fatte, ha ricordato come spesso, per sfuggire agli affanni quotidiani, sia vitale rifugiarsi ed evadere, meglio se ad occhi aperti, in un parallelo mondo 'altro'. Un espediente, questo, molto sfruttato dagli stilisti che di sogni belli e possibili sanno essere i promotori e gli artefici, secondo modalità mutevoli e spesso sorprendenti. Nel womenswear del prossimo autunno/inverno, questa strategica 'fuga' dal reale parla il linguaggio delle fiabe e della metamorfosi. Lo conferma la griffe **Dolce & Gabbana** che, sulla scia di *Maleficent* e dei film di **Tim Burton**, ha dato corpo a mantelle da Cappuccetto Rosso, stivaletti delle Sette Leghe e decori ispirati a volpi e civette da bosco incantato. Lo ribadiscono gli abiti-corteccia di **Alberta Ferretti** e le voluminose pellicce 'piumate' di **Marni** che sembrano citare lo shakespeariano *A midsummer night's dream* e, forse, anche la dannunziana *Pioggia nel pineto*. Ricreare la realtà secondo inusuali codici fantastici è la finalità prima del collage. Una tecnica artistica che, come abbiamo raccontato nel nostro *Trendwatching*, è tornata prepotentemente alla ribalta nella grafica, nell'illustrazione e nella produzione di tessuti stampati. Ma la moda è un sogno o aiuta a vivere meglio?

1 Moschino

IL PRANZO È SERVITO

di *Rocco Mannella*

Pennette al sugo, risotti ai frutti di mare, succulenti cheeseburger, golose caramelle e zuccherose bevande da supermercato de luxe. Non guarda alla bilancia e alle calorie la moda del prossimo autunno/inverno che si beffa di chi è sempre a dieta. Con tentatrici prelibatezze tutte da mangiare. Con gli occhi.

Etro 2

Frankie Morello (P/E 2014) 3

Claes Oldenburg e Coosje van Bruggen 4

Courtesy of The Oldenburg van Bruggen Studio and Pace Gallery

In principio fu Elsa Schiaparelli. Nella haute couture, è stata la prima a 'mettersi ai fornelli'. Per cucinare con uno chef d'eccezione, Salvador Dalì, la gigantesca aragosta di un suo celebre abito del 1937. È nata con lei la golosa liaison tra la moda e la cucina rilanciata alla grande per l'autunno/inverno che verrà. Ce n'è per tutti i palati. Impazza soprattutto il 'junk food', evocato (sei mesi fa) dal duo **Frankie Morello** 3 con ironico disappunto salutista. **Jeremy Scott** di **Moschino** 1 l'ha esaltato con un divertito sguardo all'iconografia 'fast' di McDonald's. **Manish Arora** 5 l'ha riletto con caramellosi rimandi al videogioco Candy Crush. Alla pasta si è ispirato **Alessandro Enriquez** di **An Italian Theory** 7 per le sue sedute prodotte da **MaxiDivani**. Crostacei, risotti e lasagne dominano gli ultimi stampati 'per lui' di **Etro** 2. **Karl Lagerfeld** per **Chanel** 6 si è inventato addirittura un supermarket dove spiccano lussuose prelibatezze come lo *Jambon Cambon* e le *Délicechic au Coco*. Il cibo terrà banco all'Expo 2015 con la mostra Art&Food 4 che la **Triennale** di Milano ha affidato al critico **Germano Celant**. Il pantagruelico compenso riservatogli (750mila euro) ha fatto molto discutere. Non male per chi ha promosso e sostenuto…l'Arte Povera!

Manish Arora 5

Chanel 6

An Italian Theory 7

imperialfashion.com

PH YUMA MIGLIACCIO

anche su mood-magazine.com

SPOSE AL QUADRATO

di *Simona Peverelli*

TROVARE L'ABITO GIUSTO PER ANDARE ALL'ALTARE NON È MISSIONE FACILE, SPECIALMENTE PER LE DONNE. MA SE LE DONNE IN QUESTIONE SONO DUE, L'AFFARE SI COMPLICA ULTERIOREMENTE. ALLE SPOSE AL QUADRATO CI PENSA HELEN BENDER, STILISTA TEDESCA CHE PROPONE BRIDAL COLLECTION PER LEI E PER LEI.

Da sinistra, collezione Donna con donna by Helen Bender (ph: Nicole Bouillon) e La mode abyssale by Helen Bender (ph: Lena Reiner; hair&MakeUP: Renommé – einfach schön sein).

In apertura: La mode abyssale by Helen Bender (ph: Lena Reiner; hair&MakeUP: Renommé – einfach schön sein).

Sul telefono di Veronica arriva un messaggino da parte della sua dolce metà, con un link e una frase: "Prova questo sito, magari troviamo qualcosa che ci piace". La ragazza ha il pc davanti, copia l'indirizzo web e si ritrova su un sito di abiti da sposa. Niente di più banale, apparentemente. Se non fosse che anche la persona che ha scritto l'sms appartiene "all'altra metà del cielo". E che i modelli in questione sono tutti da donna.
Se due ragazze decidono di sposarsi, insomma, possono rivolgersi a degli specialisti. Uno di questi è **Helen Bender**, la stilista tedesca che propone le sue bridal collection sotto il brand '**Mode Abyssale**'. Si tratta di vestiti per lei e per lei: da una parte il velo e lo strascico, dall'altra pantaloni in pizzo abbinati a giacca o giubbotto, sempre tutto in coordinato.
In Italia, ci ha pensato **Giada Curti**, la designer siciliana che in occasione della presentazione ad Altaroma della collezione invernale 2011/2012 aveva stupito il pubblico facendo scendere dalle scale del Campidoglio una sposa insieme con la sua compagna.
Il primo pensiero è che sia una trovata pubblicitaria. Ma, nella realtà, è una risposta alla richiesta di una fetta di mercato. La designer teutonica che già era specializzata in abiti da sposa, per esempio, è partita con la sposa al quadrato quando una coppia di amiche si è rivolta a lei perché non trovava quello che voleva. Così, la creativa 27enne, ha coperto questa lacuna del settore.

KOCCA
NEW YORK
FW 14-15
Shop at kocca.it

La mode abyssale by Helen Bender; (ph: Lena Reiner; hair&MakeUP: Renommé – einfach schön sein)

Tutto il resto è questione di gusti: alcune preferiranno un'accoppiata più classica, abito bianco o crema l'una, magari con un cappuccio in raso e dettagli in pizzo; completo in coordinato pantalone e giacca l'altra. Altre ancora, invece, preferiranno una cerimonia e una festa tutt'altro che 'normale'. Così potrebbero optare per l'accoppiata nero e oro: la sposa che tiene il bouquet veste un abito corto e scuro con il velo e un super scollo; l'altra indossa una tuta gold sopra il ginocchio, con uno strascico che parte dietro, dalla vita. Tutt'altro che sobria la culotte nera abbinata a calze autoreggenti e camicetta in seta, che fa coppia con il frac bianco portato su un body e un pantalone di pizzo trasparente dello stesso colore.

Scorrendo le foto, emerge che la maggior parte dei lookbook delle case di moda immortalano una sposina in un abito classico e l'altra in gilet e pantaloni. Insomma, si forza lo stereotipo della coppia 'donna'/'uomo'. Ma se, al di là delle differenze tra compagne, la sposa sognasse comunque di vestirsi da sposa "una volta nella vita"? Per fortuna, anche gli stilisti ci hanno pensato, proponendo anche l'abbinamento del doppio abito classico: due donne in lungo e in bianco. Ora Veronica ha lasciato il mouse, ha staccato gli occhi dallo schermo e ha iniziato a sognare, anzi, a sognarsi: "Tutte e due con una mise color panna, lungo strascico e un tocco di pizzo, senza altri fronzoli. Ecco, sarebbe bello così". ■

showroom breramode
via Botta 8, Milano
contact@lorenzapambianco.com

LORENZA PAMBIANCO

Gianfrancolotti.com
facebook.com/gianfrancolottifirenze
the art of bag
GIANFRANCO LOTTI
FIRENZE
418 RUE SAINT-HONORÉ - 75008 PARIS - FRANCE
OPENING SOON: VIA DE' TORNABUONI No. 57, 59R - FIRENZE - ITALIA

anche su mood-magazine.com

CENA AI PIANI ALTI

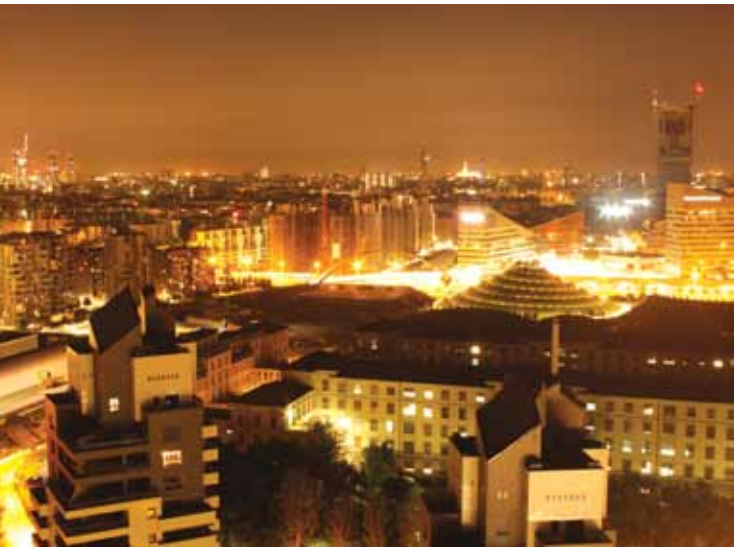
di *Andrea Guolo*

Atmosfere sempre più rarefatte nei ristoranti stellati metropolitani, che si insediano 'on the roof'. La tendenza, da Tokyo e New York, si trasmette a Milano con un'impronta fortemente made in Italy basata sull'accostamento tra moda e autenticità degli ingredienti.

Viste dall'alto, da molto in alto, le metropoli appaiono come ovattate. Luci, suoni e movimenti si affievoliscono, offrendo allo spettatore occasioni di meditazione: lassù tutto sembra lontano, diverso. L'eccitazione si fa contemplazione dell'impronta umana impressa sul pianeta, dei monumenti e delle grandi cattedrali. La rifrazione delle onde sonore sottrae al traffico quella dimensione simil-infernale che assume a terra e gli conferisce un aspetto quasi ordinato, lieve. Domina la luce, all'orizzonte si stagliano le montagne innevate o l'infinito azzurro del mare, l'occhio si perde tra le vette delle case cogliendo particolari inaspettati.
Welcome to the rooftop. È uno spazio talmente bello e suggestivo, quello all'ultimo piano degli skyscapers, da aver indotto gli uomini a consumarvi la più gradita delle azioni quotidiane: mangiare. Cenare al ristorante **Sirocco** o degustare un aperitivo al suo **Sky Bar**, 64° piano della State Tower di Bangkok con vista sui templi buddisti, costituisce una delle tappe immancabili di un viaggio in Tailandia: qui si trova il più grande ristorante open air del mondo. Esperienze altrettanto incantevoli si possono vivere a Mumbai (**Aer** dell'Hotel Four Season) e Hong Kong (**Ozone** dell'Hotel Ritz, 118° piano), Tokyo (**New York Grill** dell'hotel Park Hyatt) o Shanghai (**Char** dell'Hotel Indigo). La tendenza, lentamente, si fa strada anche a Milano, quasi a volerne sfidare la nomea di città grigia, il luogo comune della nebbia e del suo cielo tinta panna.
Non avete idea, cari milanoscettici, di quanto possa essere vasto l'orizzonte milanese, in una giornata limpida, osservando il Duomo dall'alto in basso. E se l'emozione indotta dalle dimensioni urbane non regge certamente il confronto con le megalopoli asiatiche o con la sensazione di globo-centralità che offriva il celeberrimo **'Windows of the World'** al 107° piano della Torre Nord di Manhattan, che ispirò lo scrittore Frédéric Breigbeder, Milano può comunque vantare

Da sinistra, i tavoli dell'Armani/Ristorante, la piscina del ristorante Ceresio7 e gli ambienti di Asola, all'ultimo piano di Brian&Berry.

due plus caratterizzanti, in grado di richiamare frotte di enogastroturisti sugli ascensori destinati ai suoi roof restaurant: legame con la moda e italian food.
"La terrazza e le piscine con vista rimandano ad altri cieli, come quelli di New York e Hong Kong, ma l'ospitalità e il cibo sono del tutto made in Italy" racconta **Marco Civitelli**, uno dei soci amministratori del ristorante **Ceresio 7**, creato in cima allo storico palazzo Enel griffato **Dsquared2**. L'altra firma, in cucina, è quella di **Elio Sironi**, chef brianzolo dal curriculum nobile (executive chef per sette anni al Bulgari). La vista al tramonto del nuovo skyline urbano dal tetto del building di via Ceresio fu per tutti una "folgorazione" e i soci decisero che lì in alto sarebbe sorto un ristorante d'eccellenza, location top e cucina top. "Vetro e acciaio, riflessi fluidi e giochi di luce spettacolari, una scena che pochissime location a Milano possono vantare, molto internazionale, meno territoriale e tradizionale. L'obiettivo è stato da subito creare un nuovo (per l'Italia) concetto di ristorazione: design, vista, posizione ed esclusività uniti ad una offerta autentica di cucina italiana di alto livello. La novità sta nell'atmosfera", spiega Civitelli. Ristorante per turisti? Tutt'altro, è frequentato in maggioranza da milanesi e italiani con una clientela fidelizzata, che vi cena anche tre volte a settimana. Gli stranieri sono il 35%: scandinavi, tedeschi, olandesi e britannici, con una quota significativa di brasiliani e argentini. "Grazie anche ai nostri soci di Dsquared2 riceviamo diversi clienti asiatici, perlopiù giapponesi e coreani. In chiave minore le presenze di statunitensi e russi". L'offerta è integrata da un bar frequentato quasi esclusivamente da ospiti italiani in età tra i 30 e 45 anni. Il panorama (in tutti i sensi) della ristorazione ad alta quota si sta ampliando grazie ai nuovi building, tra i quali spicca a San Babila quello acquisito da **Brian&Berry** che ha assoldato al ristorante **Asola** l'ottimo chef **Matteo Torretta**. Nessuna novità, per ora, dal fronte



La vista che si gode da Unico, al World Join Center, e un suo interno.

Porta Nuova, dove gli skyscrapers in fase di completamento stanno rivoluzionando l'assetto urbano. Al rilancio della ristorazione 'd'alta quota' ha contribuito in maniera decisiva **Unico Milano**, la "stella Michelin più alta d'Europa", situato al ventesimo piano del **World Join Center** in posizione strategica (zona Portello, all'imbocco della Milano-Laghi) e affidato allo chef **Felice Lo Basso**. "La location scelta – spiega la proprietà – è stata un 'colpo di fulmine', un'emozione a 360 gradi come la vista che si gode dalle vetrate. Alla sera la città si illumina, dando la parvenza di un paesaggio quasi newyorkese; sullo sfondo svettano i grattacieli e lo splendido dorato Duomo di Milano. Un'atmosfera decisamente elegante, ma anche una fonte d'ispirazione per lo chef". La clientela è un mix di habituè, businessmen stranieri e gourmet internazionali destinati ad aumentare durante Expo 2015, quando Unico Milano diventerà sede ufficiale dell'associazione Charming Italian Chef, ospitando professionisti internazionali della cucina per eventi a tema e collaborazioni a quattro e a sei mani diretti da Lo Basso.
Nel cuore della moda, ecco la firma più prestigiosa della ristorazione on the roof: è quella di **Giorgio Armani**, che in vetta all'edificio in stile razionalista di via Manzoni 31 (fu progettato nel 1937 da Enrico A. Griffini) ha creato l'**Armani/Ristorante**, completando l'offerta dell'Armani Hotel Milano, che fa parte di un progetto di hotellerie e resort avviato in collaborazione con **Emaar Properties**, società di real estate di Dubai.
"Mi sono concentrato su ciò che volevo offrire seguendo la mia personale visione dell'estetica e un'idea precisa del comfort", dice lo stilista. La cucina si ispira alla tradizione gastronomica italiana e gli appassionati hanno la possibilità di cenare al "tavolo dello chef". Completano l'offerta ad alta quota l'area **Armani/Lounge**, con il suo maestoso panorama, e il versatile **Armani/Bamboo** bar dove si possono consumare quick lunch, degustare vini, afternoon tea o un aperitivo squisitamente milanese. ■

SILVIAN HEACH

silvianheach.it

cromia
handbags & accessories
Boutiques: Milano - Venezia - Roma - Bari - Palermo

A sinistra, un capo di MSGM (A/I 2014-15).

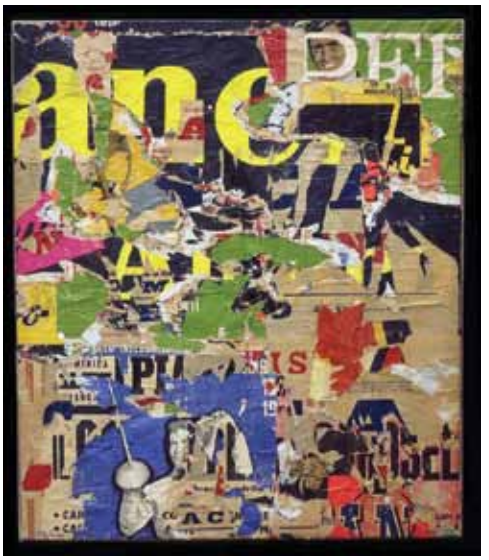
Sopra, "Fashion plate (cosmetic study V)", collage di Richard Hamilton in mostra al Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia di Madrid.

ANARCHICHE EVASIONI

di *Rocco Mannella*

Nei musei e nelle gallerie. Nell'advertising e sulle passerelle. Il collage sta vivendo un felice momento di gloria. Merito di una nuova generazione di creativi che, armati di forbici e di mouse, ne hanno aggiornato i codici espressivi. Con un occhio alle Avanguardie storiche e uno alla tecnologia.

Sotto, "Con un sorriso", décollage di Mimmo Rotella (Courtesy of Tate Gallery).
A destra, una pelliccia firmata DsQuared2 (A/I 2014-15).



Un abito di Mary Katrantzou (A/I 2014-15).

A detta di molti critici, ha spianato la strada alla Pop Art. Senza volerlo e senza saperlo. Fin dal 1956, quando, nell'ambito della mostra *This is Tomorrow*, allestita all'Institute of Contemporary Art di Londra, presentò il suo primo e indiscusso capolavoro: *Just what is it that makes todays's home so different, so appealing?* ("Che cosa esattamente rende le case moderne così diverse, così attraenti?"). L'opera rappresenta un bizzarro interno domestico dove un culturista e una pin-up si esibiscono, come in un teatrino, circondati di elettrodomestici e di status symbol che inneggiano all'ingenuo consumismo dell'allora emergente cultura di massa. A realizzarla è stato **Richard Hamilton** che, per comporne l'affollato scenario, ha ritagliato e assemblato molte immagini provenienti da magazine americani. Il quadro è attualmente in mostra al **Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia** di Madrid che, fino al prossimo 13 ottobre, offre un completo sguardo retrospettivo sull'attività di questo prolifico artista, scomparso nel 2011. Agli esordi della sua carriera, Hamilton ha avuto il grande merito di rilanciare e rinnovare la tecnica del collage che, introdotta nell'arte da **Georges Braque** e **Pablo Picasso**, ha vissuto una fortunata stagione d'oro con i Futuristi, i Dadaisti e il movimento surrealista. Anche **Mimmo Rotella** (protagonista della mostra milanese *Décollage e retro d'affiches*, tenutasi a **Palazzo Reale** fino allo scorso 31 agosto) ha saputo aggiornare questo medium di cui, nella sua lunga carriera, ha ribaltato le modalità di utilizzo (non più per aggiunta ma per sottrazione). Con l'avvento di Photoshop l'arte del collage è entrata in una nuova era che ne ha amplificato al massimo le sue possibilità espressive.
Ed è proprio il polimorfismo il denominatore comune dei nuovi

Sotto, un'opera di Claudia Scarsella per l'ultima edizione di "Convivio". A lato: una creazione di Emanuela Crotti; un capo di Dolce & Gabbana (A/I 2014-15).

INFINITA VARIETÀ

Un'ampia panoramica sui più originali artisti che negli ultimi anni si sono dedicati all'uso del collage. La propone *The age of collage. Collage in modern art*. Il libro edito da **Gestalten** passa in rassegna le evoluzioni creative di 81 outsider scovati, in giro per il mondo, da **Dennis Bush, Robert Klanten e Hendrik Hellige**. Ne emerge un variegato spaccato che evidenzia come, contrariamente ai loro predecessori di inizio Novecento, i nuovi 'collagisti' non si riconoscano più in un comune orientamento e utilizzino, senza taboo, l'immenso serbatoio iconografico offerto dalla Rete e dalla multimedialità.

cultori di questa tecnica artistica che è tornata prepotentemente alla ribalta, non solo nelle gallerie, ma anche nella grafica, nell'illustrazione e nella moda. "A differenza dei cubisti, - dice **Silke Krohn**, nella prefazione del libro, edito da **Gestalten**, *The age of collage* – dei dadaisti e dei surrealisti che hanno incentrato la loro attività su obiettivi estetici o politici comuni, gli artisti che oggi utilizzano il collage hanno intenti aggressivamente disparati". Certo, l'eredità lasciata dai maestri del Novecento resta imprescindibile ma gli stili, le ispirazioni e i processi esecutivi delle nuove generazioni di 'collagisti' non possono e non vogliono rientrare in filoni standard. C'è così chi, come **Johh Stezaker**, rifiuta la sacralità della tradizione e l'intoccabilità del copyright. Chi, come **Sergei Sviatchenko**, rende intenzionalmente imperfetti i tagli dei suoi assemblaggi. Chi, come **Eugenia Loli**, declina le sue opere solo in forma digitale. Chi, come **Sarah Eisenlohr**, si risconosce in toto nell'immaginario fantasy. Alcuni artisti sentono forte il fascino del mondo fashion e per questo si ritrovano a collaborare con importanti magazine e griffe del settore. È il caso di **Ashkan Honarvar**, che ha firmato le caleidoscopiche immagini scelte da **Wunderkind** per la sua ultima campagna pubblicitaria. Nel 2008, è stato l'olandese **Tim Roeloffs** a inaugurare questo fortunato trend, realizzando

Da sinistra, un collage di Ashkan Honarvar per l'advertising di Wunderkind (P/E 2014) e un mosaico di Cleo Mussi.

EMOZIONI MULTISTRATO

Non è passata inosservata l'ultima campagna stampa di **Convivio**. Per la prima volta, l'evento charity promosso da **Anlaids** si è affidato alla visionaria sensibilità di un'artista che ha fatto del collage il tratto peculiare del suo stile. È **Claudia Scarsella** (nella foto), classe 1979, un diploma in fashion design alla Central Saint Martin di Londra e una laurea in architettura al Politecnico di Milano, studi di danza alle spalle e una dichiarata ammirazione per Raoul Hausmann e William Morris. Un bel riconoscimento per lei che si distingue per un personale uso del papier collé, declinato sia in forma manuale che digitale con mirati interventi di disegno. Una tecnica che Scarsella ha scoperto quando lavorava nella moda (per **Boudicca** e **Alexander Mcqueen**) e che ora rifulge nei suoi pattern e nelle sue opere multistrato.

Una proposta di Clover Canyon (A/I 2014-15).

alcune psichedeliche stampe per il womenswear della maison **Versace**. Dal loro canto, negli ultimi tempi, anche alcuni stilisti (valga per tutti l'esempio di **Riccardo Tisci**, direttore creativo di **Givenchy**) hanno dimostrato un vivo interesse per i collage da cui hanno preso le mosse per imprimere una rinfrescante carica a decori e tessuti stampati. Per il prossimo autunno/inverno sono stati **Massimo Giorgetti** di **MSGM**, **Mary Katrantzou**, **Clover Canyon** e il duo **Dolce&Gabbana** a fornire le interpretazioni più stuzzicanti di questa tecnica, con vivaci virate di sapore fiabesco e surreale. Nel design, il fascino dei papier-collé ha conquistato l'inglese **Cleo Mussi**, che compone surreali mosaici di ceramica dai vibranti colori mediterranei, e la nostrana **Emanuela Crotti**, artefice di sorprendenti mobili in odor di *wunderkammer* dove cucchiai, biscotti, soldatini e ritagli di giornali galleggiano in un lucido rivestimento di resina. ■

FEDELI

MADE IN ITALY

MILANO FORTE DEI MARMI LONDRA SEOUL MOSCA

fedelicashmere.com

SHOWROOM VIA MONTENAPOLEONE, 19 - MILAN ITA | (+39) 02-76394028

SALCO®

Italia 1951

GIRLS DO IT BETTER

di *Natalia Chebunina*

Le ragazze lo sanno fare meglio. Le creature 'fragili' provano sulle loro spalle le divise da real man per raccontare le sei tendenze hot della stagione Resort 2015. Un tocco homme che sposa l' impeccabile sensualità femminile con la rude mascolinità.

THE FORBES LIST

Potere, dominio, controllo, successo. Quando Helmut Newton scattò nel 1975 il celebre The Smoking di YSL arditamente dénudé, la donna in men's suit è diventata il simbolo di una sensualità severa e senza tempo. Un apogeo stilistico di semplici linee sartoriali e dettagli formali che celano una delicata sinuosità ladylike e un vigoroso spirito mascolino.

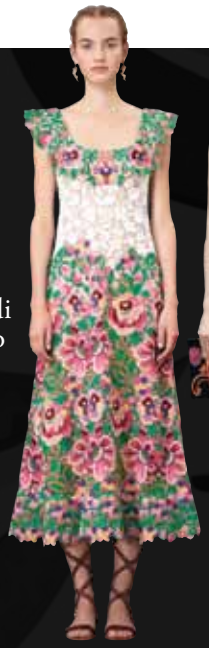
1 Max Mara
2 Temperley London
3 Maison Martin Margiela
4 Hugo Boss
5 Ralph Lauren

1 2 3 4 5

Mahramatun

In arabo si chiama così. Un grazioso merletto a nodi come leitmotiv di stagione. I bouquet primaverili, figli di un intreccio policromatico, sbocciano sulle tele pittoresche, degne di un red carpet accecante. Questa è una nuova lettura dell'eterno tema floreale, che forgia abilmente gli abiti sofisticati e detta le nuove regole glam di un bucolico spirito macramè.

Erdem



Valentino

Christopher Kane

1 Emilio Pucci
2 Louis Vuitton
3 Chanel
4 Alexander McQueen
5 Dsquared2

CHARLIE'S ANGELS

Azzardate seduttrici e spie voluttuose.
Dietro le fini silhouette anni 70 si nasconde il potere fatale della bellezza femminile, capace di ardere per fiutare i segreti e avvolgere dai misteri.
I protagonisti sono i pattern da allure retrò, i bell-bottoms dalla sottilissima vita alta e un passionale sguardo intrigante. Una volta salvavano il mondo sullo schermo televisivo e ora sono tornati a cavalcare i palcoscenici delle capitali fashion.

1 2 3 4 5

Effetto denim

La 'febbre da jeans' ha conquistato l'Olimpo della moda per creare un reggimento di fashionistas, avvolti dalla testa ai piedi in tela di Genova. Quella vera e finta. La prossima stagione calda propone un tocco di original denim sui materiali e sulle combinazioni più inaspettate, dai tailoring al knitwear raffinato fino agli abiti avant-garde e gli imponderabili completi di seta.

N° 21

M Missoni

Gucci

1 Alexander Wang
2 Band of Outsiders
3 Kenzo
4 Matthew Williamson
5 Marc by Marc Jacobs

1 2 3 4 5

LE TUTE BLU

Le capitali della moda sono contaminate dal boom industriale. Le pulzelle fragili si mettono l'abito da lavoro per essere sofisticatamente in linea con la contemporanea tela urbanistica di una metropoli fashion. Una tuta da operaio con il tacco 12 è un outfit passe-partout per la nuova generazione di Hubertine Auclert, Rose Luxemburg e Anna Kuliscioff.

Balmain

Balenciaga

Just wrap

Un avvolgimento d'autore come una chiave di volta di una nuova moda intellettuale. Il wrap dress, che festeggia quest'anno il suo 40esimo anniversario evolve. Una stoffa lussuosa si attorciglia al corpo, plasmando una silhouette sottile e vagamente d'antan e celebra la famosa invenzione di Diane von Fürstenberg.

Vionnet

Moessmer

Tuchfabrik—Lanificio

FABRICS FOR FASHION

since 1894

www.moessmer.it

1 Derek Lam
2 Sonia by Sonia Rykiel
3 Fendi
4 Missoni
5 Reed Krakoff

RUN GIRL RUN

Mentre i boys invadono il web con le loro selfies creative e le fatiche concettuali sui temi modaioli, le ragazze lanciano una nuova tendenza globale: "running blog is more fashion than fashion itself". Una febbre sana e blasonata ha sottomesso le good old girls e le buone socialitè, che sanno indossare con grazia e dignità un jogging suit griffato anche nelle occasioni più esigenti. Il mondo active a 360 gradi e lo sportswear 2.0 sono gli ingredienti privi di errori per fare arrivare un blog nella web hit-parade, mentre una giusta tuta da corsa è il must di stagione.

1 2 3 4 5

Motivo vegetale

Le origini del paisley risalgono ai grandi zar persiani. E la storia di questa stampa orientale nel passato si è sposata con il free spirit dei figli dei fiori per dare la propria impronta nei foulard da spiaggia o nelle bandane da biker. Dopo essere diventata la firma emblematica della maison Etro nel 1981, l'ornamento ha conquistato tutto il mondo. E l'estate prossima il pattern è destinato a brillare nelle vetrine di numerosi brand trendsetter internazionali.

Costume National

Stella McCartney

Moschino

absolutgroup.it

foto: archivio HitStudio srl

Fai crescere la tua impresa
nel più grande distretto del fast fashion Made in Italy d'Europa

La tua impresa può trovare nuove opportunità commerciali, servizi efficienti e un polo logistico d'avanguardia nel **Centergross di Bologna, la città della moda**: il punto d'incontro fra la domanda e l'offerta del Made in Italy più importante a livello internazionale, visitato quotidianamente da 10.000 buyer provenienti da tutto il mondo, attirati da un'offerta senza eguali per quantità e qualità nel settore fast fashion.

In un'area di 1 milione di mq quasi 700 aziende dei settori moda, alta tecnologia e servizi fatturano circa 5 miliardi di euro, per il 60% con l'estero.
Vieni con la tua impresa, per crescere con noi.

Per informazioni: +39.051.8653154 - infopoint@centergross.com
www.centergross.com

centergross
WE WORK FOR YOUR BUSINESS

1 Ports 1961
2 Burberry Prorsum
3 3.1 Phillip Lim
4 Michael Kors
5 Acne Studios

DOMATRICE DEL DESERTO

Affascinante incantatrice del vento Simun sotto il torrido sole sahariano. Dai tropici insidiosi alle furiose tempeste di sabbia, le esploratrici dei mondi esotici rimangono fedeli ai loro equipaggiamenti eleganti. Una safari-jacket per mimetizzarsi tra i deserti, ma anche per attirare gli sguardi degli ammiratori fashion nella giungla urbana.

Nuance di viola

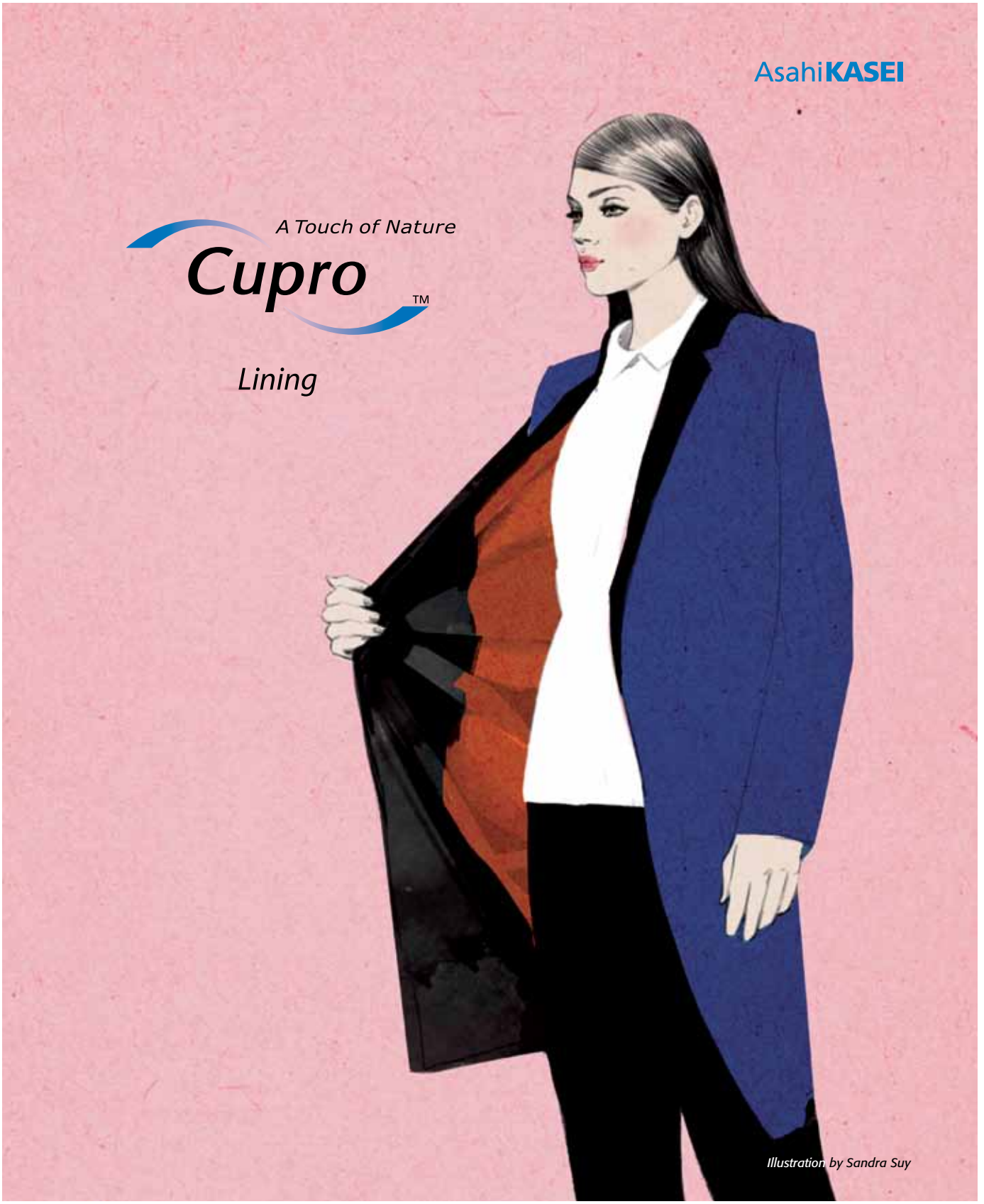
La pietra talismano dell'anello del principe di chiesa darà il tono alla tavolozza cromatica della prossima primavera. Ametista, lilla, magenta..."Violet is the new black", dichiarano i couturier spiritualisti. Una congiunzione dell'anima femminile e dell'essenza della mascolinità come un elisir dell'eterna giovinezza, che simbolizza l'amore terreno, il buon gusto e il talento di essere in trend.

Fausto Puglisi

Alberta Ferretti

Giambattista Valli

CORSI DI ALTA FORMAZIONE
PER LA MODA E IL DESIGN
ACCADEMIA DEL LUSSO, IL PRESTIGIOSO ISTITUTO ITALIANO DI MODA E DESIGN, FORMA LE PRINCIPALI FIGURE PROFESSIONALI DEL FASHION & LUXURY SYSTEM
FASHION DESIGNER / STYLIST / FASHION EDITOR / INTERIOR DESIGNER / PRODUCT MANAGER / COMMUNICATION MANAGER / BRAND MANAGER
ACCADEMIA DEL LUSSO
VIA MONTENAPOLEONE 5
MILANO
Milano / Torino / Treviso / Bologna / Firenze / Roma / Napoli / Bari / Palermo / Madrid / Belgrado / Shanghai
Per informazioni 800 33 44 11 / www.accademiadellusso.com
Studentessa Ilenia Carbone Accademia del Lusso Roma Stylist Emanuele Colombo Photographer Erminando Aliaj



ASAHI KASEI FIBERS CORPORATION
ASAHI KASEI FIBERS ITALIA s.r.l.

Osaka - Japan - Tel:+81-06-7636-3299/Fax:+81-06-7636-3479
Gallarate - Italy - Tel:+39-0331-21-3716/Fax:+39-0331-70-5666
info@asahikaseifibersitalia.com

anche su mood-magazine.com

LEGO GUERRILLA

di *Paola Cassola*

Cosa può nascere dall'incontro tra uno dei più noti writer a livello internazionale, Banksy, e il principale brand di mattoncini giocattolo, Lego? È quello che si è chiesto il fotografo canadese Jeff Friesen che ne ha sperimentato le potenzialità espressive con la serie Bricksy ritraendo le sue proposte in scatti d'autore.

'Art' ma pur sempre 'guerrilla'. Appaiono dall'oggi al domani sui muri, sotto i ponti, nelle strade meno battute. Una sorta di seconda città, degli emarginati, dei reietti, dei dimenticati. Proprio lì, dove la 'civiltà' si trascina indolente, entra in azione un supereroe delle coscienze. Il suo nome d'arte è **Banksy**, un writer inglese che con i suoi graffiti e stencil critica, tramite immagini satiriche, la politica, le istituzioni, il capitalismo, la cultura e l'etica contemporanee.

Qui entra in scena un altro creativo. Il canadese **Jeff Friesen**, fotografo nonché appassionato di Lego, che ha pensato di ricreare le opere del writer con i famosi mattoncini danesi e di fotografarle. La serie si chiama **Bricksy** (da brick, 'mattone'). Ufficialmente non esiste alcun accordo tra il fotografo, Banksy e **Lego**. L'iniziativa di Friesen sembrerebbe indipendente e legata ai passatempi del fotografo con sua figlia (lo racconta lui stesso online). Sta di fatto che per il brand di costruzioni giocattolo il ritorno di immagine è notevole, al di là del fatto che non saranno create né vendute confezioni ad hoc. "Tutto il materiale – come spiega Friesen – è già disponibile, bisogna solo trovarlo e abbinarlo."

D'altronde Banksy è un brand che funziona. Eppure si parla di un uomo che poco rientra nella logica spensierata di un passatempo da ragazzi, che è capace di fingersi venditore ambulante

Nel servizio e in apertura, immagini dalla serie Bricksy.

Sotto, un graffito di Banksy realizzato a Boston.

di stampe delle sue opere e di lasciarsi ignorare dalla gente che non si accorge di poter acquistare 'sottocosto' vere opere d'arte stimate in migliaia di euro. O che si introduce di nascosto nei musei per inserire nel contesto le sue opere mimetizzandole tra le altre. Non è mancanza di rispetto, è 'guerrilla art'. Un modo, ancora valido, per creare uno shock nella routine e catturare l'attenzione. Street art e denuncia, una realtà non nuova eppure estremamente potente.
'Carine', 'divertenti', sono le parole che rimbalzano sul web da un sito all'altro quando si parla di queste nuove proposte 'per collezionisti', ritratte da Friesen.
Aggettivi che poco hanno a che fare con lo spirito polemico degli originali.
Et voilà! Il gioco di prestigio è fatto. D'incanto l'aura di contrizione morale lascia il posto all'intrattenimento da casa borghese. Déjà-vu. ■

Upcoming brands

di *Caterina Zanzi*

GIOVANI EPPURE GIÀ STILISTICAMENTE MATURI, I NUOVI NOMI DELLA MODA DONNA SI FANNO LARGO NELL'UNIVERSO DEL FASHION. CHE SI TRATTI DI ABITI SARTORIALI, DI COLLEZIONI INTERAMENTE FATTE A MANO O DI BORSE DAI MATERIALI PIÙ IMPENSATI, L'IMPORTANTE È FARSI NOTARE, MA SENZA ESAGERAZIONI, CON LOOK ALL'INSEGNA DEL SOGNO E DELLA FANTASIA.

PICCIONE.PICCIONE

"Fantasia e natura in una donna"

A portare alla ribalta Piccione.Piccione ci ha pensato l'ultima edizione di 'Who is on Next?', il concorso dedicato ai giovani stilisti. Che ha incoronato Salvatore Piccione, siciliano classe 1986, già collaboratore di Mary Katrantzou e di Céline, giovanissimo subito dopo il diploma allo Ied di Roma.
Per il marchio che porta il suo nome, che ha visto la luce nel 2012, il talentuoso designer porta in passerella una donna in contatto con il mondo dei sogni, vestita di abiti dalle grafiche complesse e dai colori vibranti.
Fiori, gioielli e ricami fatti a mano ricreano un'atmosfera evocativa e sognante attorno alla donna che indossa le sue creazioni.

www.piccionepiccione.com

AINUR TURISBEK

"Womenswear senza lustrini"

Grazie ai suoi look drammatici, sensuali e insieme rigorosi, Ainur Turisbek si è guadagnata l'attenzione non soltanto del pubblico kazako - Paese da dove proviene e in cui continua a fare base - ma anche di quello internazionale.
Dopo aver sfilato per Gianfranco Ferrè, nel 2012 lancia la prima collezione ispirata a *Il Padrino*, alla filosofia orientale e ai Samurai e si guadagna il premio 'Miglior debutto dell'anno' alla fashion week del Kazakistan.
Nonostante l'apparenza minimalista, l'abbigliamento creato da Turisbek è in realtà ricercato e sofisticato, pensato per una donna che non ha bisogno di lustrini per farsi notare.
Nessun dettaglio superfluo, dunque, ma una grande attenzione ai tagli, ai contrasti, giocati sui toni del bianco e del nero, e ai tessuti utilizzati, rigorosamente naturali.

www.ainurturisbek.com

DAMIEN RAVN

"Dal Nord un inno alla slow fashion"

Arrivato al Royal Academy of Fine Arts di Anversa direttamente dalla sua casa in Norvegia, a soli cinque anni dal diploma Damien Ravn è già un insegnante, un art director e, soprattutto, lo stilista del marchio che porta il suo nome.
Oltre a collezionare premi e menzioni d'onore in tutto il mondo, dal Flanders Fashion Institute del 2010 fino al Festival di Hyères dello scorso anno.
Sostenitore del concetto di 'slow fashion' che ritiene sia alla base del fatto a mano, il designer norvegese definisce le sue collezioni di un 'massimalismo minimalista', nello sforzo di rendere scultoree forme all'apparenza lineari.

www.damienravn.tumblr.com

VITUSSI

"Borse al fico d'India"

Mondello, piccolo borgo marinaro sulla spiaggia di Palermo. Qui, nel laboratorio di Vito Petrotta Reyes, prende vita la neonata linea di borse Vitussi. Un prodotto di nicchia che intreccia al design moderno la lavorazione artigianale degli argentieri della vecchia Palermo. L'intento è di "allontanarsi dal concetto tradizionale di borsa come porta oggetti", per rimettere al centro dell'attenzione la borsa in sé e per sé, fedele e fine a se stessa. Nella collezione, largo spazio ai nuovi materiali, tra i quali la retina di fibra legnosa del fico d'India, simbolo di una Sicilia selvaggia, affiancata a pelli dipinte e traforate al laser, insieme all'ottone, all'oro e al plexiglass.
E se il rubinetto fosse nato per essere un manico e l'avessimo scoperto solo ora?

www.vitussi.com

Art agenda

di *Caterina Zanzi*

L'ARTE BUSSA ALLA PORTA DEL PROSSIMO AUTUNNO. E LE CITTÀ EUROPEE E AMERICANE RISPONDONO AL SUO RICHIAMO CON UN PROGRAMMA DI TUTTO RISPETTO. SE MILANO DEDICA A CHAGALL IL TRIBUTO PIÙ GRANDE IN ITALIA, A PARIGI VANNO IN SCENA IL ROCK DI HEDI SLIMANE E UN OMAGGIO AGLI ANNI 50, MENTRE LONDRA E NEW YORK SALUTANO HORST E MCCOLLUM.

© 2014. Digital image, The Museum of Modern Art, New York/Scala, Firenze

Il compleanno, 1915, The Museum of Modern Art, New York

MILANO OMAGGIA CHAGALL

Si aprirà il 17 settembre a Palazzo Reale di Milano la più grande retrospettiva mai dedicata in Italia a Marc Chagall, con oltre 220 opere che ripercorrono la sua intera carriera, a partire dal 1908, data in cui l'artista realizzò il suo primo quadro, *Le petit salon*, fino alle ultime, monumentali opere degli anni 80. Capolavori inediti si alternano ai dipinti più famosi, in arrivo direttamente dal MoMa, dal Met e dal Museo Nazionale Russo di San Pietroburgo. La mostra si articola in diverse sezioni cronologiche, dal primo soggiorno francese al ritorno in Russia, fino all'esilio in Francia e in America. L'esposizione ripercorre i vari momenti della vita di Chagall e i corrispettivi influssi: la cultura ebraica, quella russa e, infine, quella occidentale, legate insieme nel filo rosso della sua originale poetica.
Dalla mostra emerge l'immagine di uno Chagall pittore e uomo complesso, la cui vena poetica e favolistica 'fra cielo e terra' non smette di emozionare l'uomo del XXI secolo.

www.mostrachagall.it

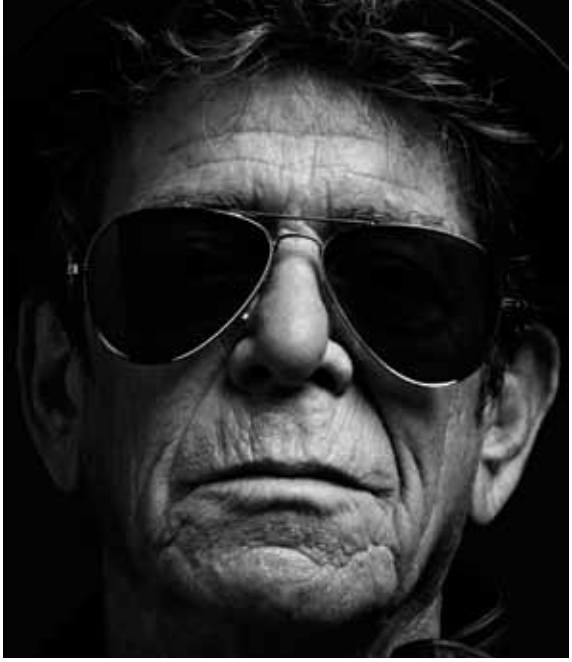
LO STILE DI HORST VA IN SCENA AL V&A

Horst P. Horst, uno dei grandi maestri della fotografia del ventesimo secolo, non solo ha lavorato per Vogue e collaborato con Salvador Dalì, ma ha di fatto inaugurato l'uso drammatico della luce e del colore. Amico di Coco Chanel e di Elsa Schiaparelli, nei suoi sessanta anni di carriera ha ritratto star di Hollywood come Marlene Dietrich e modelle quali Carmen Dell'Orefice e Muriel Maxwell. Il Victoria and Albert Museum di Londra dedica ai suoi lavori la retrospettiva "Horst: Photographer of Syle", in agenda fino al 4 gennaio del 2015. Le fotografie, oltre 250, sono accostate a capi di abbigliamento di alta moda, riviste, filmati e oggetti d'epoca.

www.vam.ac.uk

© Condé Nast / Horst Estate

Dinner suit and headdress by Schiaparelli, 1947



Lou Reed, New York City, June 2013

15 ANNI DI ROCK FIRMATO SLIMANE

La Fondation Pierre Bergé - Yves Saint Laurent inaugura a Parigi, dal 18 settembre fino al prossimo gennaio, una mostra fotografica di Hedi Slimane. "Sonic", questo il nome dell'esposizione, mette al centro le immagini scattate dal direttore creativo di Saint Laurent nell'arco di 15 anni tra Londra, New York e la California.
Da Lou Reed a Brian Wilson, da Amy Winehouse a Keith Richards, l'esibizione porta alla ribalta i volti delle più grandi stelle del rock contemporaneo.
Tra scatti in bianco e nero, fotografie inedite e installazioni video sotto forma di documentari, a emergere sarà un ritratto fedele non solo dei protagonisti, ma anche dello stesso fotografo-stilista il cui primo amore è stata la musica.

www.fondation-pb-ysl.net

GLI ANNI D'ORO DELLA MODA À PARIS

La moda d'Oltralpe negli anni 50 è un susseguirsi di trionfi. A raccontarli fino al 2 novembre ci pensa il Palais Galliera di Parigi, che mette in mostra gli abiti d'alta moda e il prêt-à-porter di quel periodo nell'esposizione "Les années Cinquante, la mode en France 1947-1957".
Givenchy, Lanvin, Balmain, Balenciaga, ma anche Chanel, Grès e naturalmente Dior: sono soltanto alcuni dei nomi della couture francese che hanno giocato da protagonisti in uno dei capitoli più significativi nella storia della moda.
Parigi viene proposta come città leader indiscussa nella produzione sia dell'alta moda che del ready-to-wear, in quanto capace di aggregare ispirazioni diverse e di definire il dress code dell'epoca, fatto di corsetti, sottovesti, scarpe a punta e stampe fiorate.

www.palaisgalliera.paris.fr

© Pierre Antoine

Alcuni abiti esposti a 'Les Années 50'

Courtesty of the artist and Petzel Gallery, New York. Inventory number AM 14/015

LE COPPIE DI MCCOLLUM A NEW YORK

Iniziato nel 2005, il progetto di Allan McCollum 'The Shapes Project' prosegue alla Petzel Gallery di New York con un altro capitolo.
'Perfet Couples', questo il nome del 'sequel', rappresenta lo sforzo dell'artista concettuale di creare forme appaiate che esprimano le relazioni umane.
Non più singoli oggetti, diversi tra loro, che rimandano idealmente a ciascuna persona nel mondo, ma binomi fatti di materiali diversi a raffigurare i legami tra gli individui.
Nato a Los Angeles nel 1944, McCollum ha sfidato la propensione contemporanea a preferire opere d'arte singole, e perciò speciali, a oggetti prodotti in diversi esemplari. Per la prima volta a colori, la più recente tra le sue serie ispirate dalla matematica sarà visitabile presso lo spazio espositivo statunitense fino al 4 ottobre.

www.petzel.com

The Shapes Project: Collection of Forty-eight Perfect Couples, 2005/2014

Photo: Gritti Group SpA - © Andrey Kolodny - Fotolia.com - AD: biacanella.it

The right music for fashion

1924 - 2014 | 90 Years with Style

BUTTON UP TO FASHION SINCE 1924

gritti group

www.grittigroup.com