



8 giovedì 26 febbraio 2004

MILANO MODA DONNA forme jugendstil, preziosità déco e rigore anni quaranta: un pastiche che punta su tagli inusuali e complessi, ridefinendo la silhouette femminile

Dissonanze creative

segue da pag. 1

Una provvidenziale virata che obbligherà chi desidera mantenersi al passo coi tempi a riasortire il proprio guardaroba, ricalibrando le scelte finora fatte alla luce di criteri non troppo disinvolti. Giusto per adeguarsi ai nuovi orientamenti degli stilisti del prêt-à-porter nazionale che, per appagare il desiderio di esclusività della loro clientela e giustificare i costi in salita delle loro creazioni, hanno pensato bene di avvicinarsi visibilmente alla Haute Couture, quella vera, che sa fare a meno di sensazionalismi e facili spettacolarizzazioni. Da qui la particolare attenzione dedicata al taglio che definisce mediate geometriche e la coraggiosa decisione di concentrarsi su silhouette insolite e anche un po' difficili alle quali non si era più abituati. Gli orli si abbassano sensibilmente, le spalle si stringono, si iniettano o si gonfiano a proscritto, a ventaglio e a mezzo palloncino. Il punto vita acquista una nuova centralità, assottigliandosi, sollevandosi e contornandosi di pieghe, inserti a borchina e finte fascie che dai profili ondegianti. Talvolta, poi, questa parte del corpo femminile diventa addirittura il baricentro di costruzioni che si allargano progressivamente sul fondo con svasture a calice e a corolla, rese ancora più evidenti da lavorazioni a spicchi, godet, volant irregolari e alti bordi a contrasto. Anche il derriere inaugura una nuova leadership e, esaltato da ergonomici interventi di cuciture e nervature simili a graffi e branchie di pesce, soddisfa l'esibizionismo di chi, nel nome del nuovo buon gusto, dovrà rinunciare a mettere in mostra ombelichi e ventri piatti. Alla sera prevalgono poi le silhouette verticalizzate a forma di colonna, che diventano la base preferita su cui si intersecano e incrociano drappaggi fitissimi, virtuosistici panneggi e strisce ton sur ton assai all'insegna dell'accumulo e dell'asimmetria, ogni designer ha dato corpo alle proprie fantasie, esprimendo un personale ideale di donna. L'impagante che ne deriva è volutamente fannullonaria, incostante e a tratti contraddittoria, quasi a voler riflettere e assorbire le mille sfaccettature dell'universo vintage in cui tutto convive e coesiste.

L'ispirazione haute couture come sfida al casual a tutti i costi

Si fanno quindi largo impensabili schiere di neo-suffragette neovietri, cloni di Nina Hagen e Courtney Love, gitanie e zarine orfane del miglior Yves Saint Laurent, femmine stravaganti che ricalcano le orme di Edith Sitwell, Dita Parlo, Talitha Getty, Luisa Casati e Tamara de Lempicka, languide seduttrici dal colorito esangue e dagli occhi bisitri che avrebbero fatto impazzire Egon Schiele e il professor Urrut. In declino sembrano invece le immancabili lolite che, dopo il successo riscosso durante le ultime sfilate, lasciano il posto a vere donne nel cui armadio non trovano spazio fantasie infantili e abiti troppo sbarazzini ma giacche in tweed bordate di visone, gonne longuette, pellegine a doppio strato, pullover doppiati in maglia filigranata. Come sempre, si guarda un po' al passato ma senza l'intento di fare metro revival e, soprattutto, evitando le citazioni troppo esplicite e scontate. Tre sono ad oggi i periodi che, per motivi diversi, appaiono esse-

re stati più idealmente saccheggiati dagli stilisti. Innanzitutto gli anni dello Jugendstil e della Wiener Werkstätte, di cui molte collezioni per il prossimo autunno-inverno hanno cercato di riprodurre l'inequeto vitalismo e il drammatico senso di decadenza con il supporto di sagomature curvilinee, geometrie alla Joseph Hoffman e Koloman Moser, tralci di fiori di loo, massole fruscianti, georgette, velluti froissé in perfetto stile Mariano Fortuny e chiffon dalle trasparenze opacizzate dall'uso delle sovrapposizioni. La stagione attinge poi all'estetica Déco, di cui condivide la passione per i materiali nobili che impreziosiscono i suoi derivati e l'amore per l'oro, il bronzo, il cuoio, gli effetti marmorati e verificati, i caldi toni dei liquori e dei legni pregiati. Last but not least, emerge un filone che rivitalizza l'austerità eleganza degli anni Quaranta con proporzioni minime, piccole imperfezioni, contrasti di lucido e opaco, liquide morbidezze e intrecci finto ispidi.



ID: C20329

Cadenza :

Quindicinale

Diffusione:

22000

NEWS

Hopa cresce in Mariella Burani

Il Mariella Burani Fashion Group è entrato in possesso, per 5,5 milioni di euro, del 100% del capitale di Don Gil, retailer viennese di beni di lusso, con all'attivo 37 negozi esclusivi situati in importanti centri dello shopping in Austria. Intanto la Hopa di Emilio Grutti ha radioprodotto, portandola al 5,027%, la quota in Mariella Burani rispetto al 2,5% dello scorso 18 novembre. In quella data erano stati siglati gli accordi per l'ingresso della finanziaria bresciana nella casa di moda, che già prevedevano la successiva salita a oltre il 5%.

Palatella torna a Gentryportofino

Saverio Palatella torna ad assumere la direzione artistica di Gentryportofino, marchio di maglieria in cachemire di It Holding. Lo stilista ha già disegnato la linea dall'81 al '92 e più tardi, dopo un periodo in Malo, dal '97 al 2002.

"Rinnovare Gentryportofino è una sfida importante - ha detto Pietro Forconi, direttore generale del brand -. Prevediamo il rafforzamento della distribuzione in Italia, Germania, Giappone e Usa".



NUOVA BOUTIQUE

Prada al Saint Andrews

finalmente il nuovo monomarca apre al posto dello storico ristorante milanese

Parzialmente un negozio ha avuto un "parto" difficile come questo monomarca dedicato a pelletteria, calzature e accessori femminili. Il nuovo store Prada - che occupa gli spazi dell'ex ristorante Saint Andrews - si presenta con l'ingresso e quattro vetrine in via Spiga e continue il monogramma di accessori che si trova poco distante, in via Spiga 1. "È una scelta che corrisponde alla precisa volontà di dedicare a noi dei settori più tradizionali di Prada uno spazio e una visibilità adeguati alla sua importanza - spiega una nota diffusa dalla Maison aretina -. Nel punto vendita saranno disponibili gli articoli più rari, originali o inusuali della collezione, tra i quali alcuni pezzi unici e, come negli altri negozi, il servizio "made to order".

In linea con lo spirito che identifica il monomarca Prada, il concept architettonico si distingue grazie a cromatismi molto femminili e ad alcuni elementi innovativi. In primis, l'installazione di alcuni video di piena, all'interno dello shop, attraverso i quali il cliente può condividere l'esperienza del processo creativo e delle tecniche di lavorazione dei capi più rappresentativi della collezione. Con questo opening si pone fine a un trattamento iniziato nell'estate 2001,

quando si era diffusa la notizia della vendita al Gruppo Prada del ristorante Saint Andrews, per la cifra strabianante, si dice, di 45 miliardi delle vecchie lire.



La nuova boutique accessori di Prada negli spazi dell'ex ristorante Saint Andrews in via Spiga angolo via Sant'Andrea



Oggetti

Anna Molinari	Completo sfilata
Rena Lange	Completo sfilata
Pietro Pianforini	Completo sfilata
Renè Lezard	Completo sfilata
Daks	Completo sfilata
Pretesto	Completo sfilata
Ciesse	Vestito/completo
Avon Celli	Vestito/completo
Giorgio Grati	Vestito/completo
P Zero Pirelli	Vestito/completo
Max Mara	Completo sfilata
Prada	Negozio
Mariella Burani	Corporate citazione
Saverio Palatella	Corporate citazione
Gentry Portofino	Corporate citazione

Yves Saint Laurent

Corporate citazione

Persone



8 giovedì 26 febbraio 2004

MILANO MODA DONNA forme jugendstil, preziosità déco e rigore anni quaranta: un pastiche che punta su tagli inusuali e complessi, ridefinendo la silhouette femminile

Dissonanze creative

segue da pag. 1

Una provvidenziale virata che obbligherà chi desidera mantenersi al passo coi tempi a riasorbire il proprio guardaboia, ricambiando le scelte finora fatte alla luce di criteri non troppo disinvolti. Giusto per adeguarsi ai nuovi orientamenti degli stilisti del prêt-à-porter nazionale che, per appagare il desiderio di esclusività della loro clientela e giustificare i costi in salita delle loro creazioni, hanno pensato bene di avvicinarsi visibilmente alla Haute Couture, quella vera, che sa fare a meno di sensazionalismi e facili spettacolarizzazioni. Da qui la particolare attenzione dedicata al taglio che definisce inedite geometrie, e la coraggiosa decisione di concentrarsi su silhouette insolite e anche un po' difficili alle quali non si era più abituati. Gli orli si abbassano sensibilmente, le spalle si stringono, si insellano o si gonfiano a proscuito, a ventaglio e a mezzo palloncino. Il punto vita acquista una nuova centralità, assottigliandosi, sollevandosi e contornandosi di pieghe, inseriti a baschina e finte fuscianche dai profili ondegianti. Talvolta, poi, questa parte del corpo femminile diventa addirittura il baricentro di costruzioni che si allargano progressivamente sul fondo con svassature a calice e a corolla, rese ancora più evidenti da lavorazioni a spicchi, godet, volant irrigiditi e altri bordi a contrasto. Anche il derriere inaugura una nuova leadership e, esaltato da ergonomiche interventi di cuciture e nervature simili a graffi e branchie di pesce, soddisfa l'esibizionismo di chi, nel nome del nuovo buon gusto, dovrà rinunciare a mettere in mostra ombelichi e ventri piatti. Alla sera prevalgono poi le silhouette verticalizzate o a forma di colonna, che diventano la base preferita su cui si intersecano e incrociano drappaggi fittissimi, virtuosistici panneggi e strisce ton sur ton usate per creare suggestivi effetti tridimensionali. Su questi elementi strutturali, dove si innesta spesso un complesso gioco di strati e sovrapposizioni all'insegna dell'accumulo e dell'asimmetria, ogni designer ha dato corpo alle proprie fantasie, esprimendo un personale ideale di donna. L'immagine che ne deriva è volutamente frammentaria, incoerente e a tratti contraddittoria, quasi a voler riflettere e assorbire le mille sfaccettature dell'universo vintage in cui tutto convive e coesiste.

Si fanno quindi largo impensabili schiere di neo-saffragette neovesuvie, cloni di Nina Hagen e Courtney Love, gitanne e zarine orfane del miglior Yves Saint Laurent, femmine che ricalcano le orme di Edith Sitwell, Dita Parlo, Tatiha Getty, Luisa Casati e Tamara de Lempicka, languide seduttrici dal colorito esangue e dagli occhi bisstrati che avrebbero fatto impazzire Egon Schiele e il professor Utrati. In declino sembrano invece le immancabili lolite che, dopo il successo riscosso durante le ultime sfilate, lasciano il posto a vere donne nel cui armadio non trovano spazio fantasie infantili e abiti troppo sbarazzini ma giacche in tweed bordate di visone, gonne lunghe, pellegrine a doppio strato, pullover doppiati in maglia filigranata. Come sempre, si guarda un po' al passato ma senza l'intento di fare puro revival e, soprattutto, evitando le citazioni troppo esplicite e scontate. Te sono ad oggi i periodi che, per motivi diversi, appaiono esse-

re stati più idealmente saccheggiate dagli stilisti. Innanzitutto gli anni dello Jugendstil e della Wiener Werkstätte, di cui molte collezioni per il prossimo autunno-inverno hanno cercato di riprodurre l'inquieto vitalismo e il drammatico senso di decadenza con il supporto di sagomature curvilinee, geometrie alla Joseph Hoffman e Koloman Moser, tralci di fiori di foto, massole fruscianti, georgette, veluti froissé in perfetto stile Mariano Fortuny e chiffon dalle trasparenze opacizzate dall'uso delle sovrapposizioni. La stagione attinge poi all'estetica Déco, di cui condivide la passione per i materiali nobili che impreziosiscono i suoi derivati e l'amore per l'oro, il bronzo, il cuoio, gli effetti marmorati e verticali, i caldi toni dei liquori e dei legni pregiati. Last but not least, emerge un filone che rivalizza l'austera eleganza degli anni Quaranta con proporzioni minime, piccole imperfezioni, contrasti di lucido e opaco, liquide morbidezze e intrecci fino spillo. **rm.**

L'ispirazione haute couture come sfida al casual a tutti i costi



NEWS

Hopa cresce in Mariella Burani
Il Mariella Burani Fashion Group è entrato in possesso, per 5,5 milioni di euro, del 100% del capitale di Don Gil, retailer viennese di beni di lusso, con all'attivo 37 negozi esclusivisti situati in importanti centri dello shopping in Austria. Intanto la Hopa di Emilio Gnutti ha raddoppiato, portandola al 5,027%, la quota in Mariella Burani rispetto al 2,5% dello scorso 18 novembre. In quella data erano stati siglati gli accordi per l'ingresso della finanziaria bresciana nella casa di moda, che già prevedevano la successiva salita a oltre il 5%.

Palatella torna a Gentryportofino
Saverio Palatella torna ad assumere la direzione artistica di Gentryportofino, marchio di maglieria in cachemire di Il Holding. Lo stilista ha già disegnato la linea dall'81 al '92 e più tardi, dopo un periodo in Malo, dal '97 al 2002. "Rinnovare Gentryportofino è una sfida importante" - ha detto Pietro Forconi, direttore generale del brand - "Prevediamo il rafforzamento della distribuzione in Italia, Germania, Giappone e Usa".

NUOVA BOUTIQUE

Prada al Saint Andrews

finalmente il nuovo monomarca apre al posto dello storico ristorante milanese

Araramente un negozio ha avuto un "punto" difficile come questo monomarca dedicato a pelletteria, calzature e accessori femminili. Il nuovo store Prada - che occupa gli spazi dell'ex ristorante Saint Andrews - si presenta con l'ingresso e quattro vetrine in via Spiga e con tre vetrine in via San'Andrea e costituisce il monografo di accessori, che si trova poco distante, in via Spiga 1. "È una scelta che corrisponde alla precisa volontà di dedicare a uno dei settori più tradizionali di Prada uno spazio a una visibilità adeguata alla sua importanza" spiega una nota diffusa dalla Maison aretina. "Nel punto vendita saranno disponibili gli articoli più rari, originali o inusuali della collezione, tra i quali alcuni pezzi unici e, come negli altri negozi, il servizio "made to order".

In linea con lo spirito che identifica i monomarca Prada, il concept architettonico si distingue grazie a cromatismi molto femminili e ad alcuni elementi innovativi. In primis, l'installazione di alcuni video al plasma, all'interno dello shop, attraverso i quali il cliente può condividere l'esperienza del processo creativo e delle tecniche di lavorazione dei capi più rappresentativi della collezione. Con questo opening si pone fine a un tormentone iniziato nell'estate 2001,

quando si era diffusa la notizia della vendita al Gruppo Prada del ristorante Saint Andrews, per la cifra strabliante, si dice, di 45 miliardi delle vecchie lire. **e.c.**



La nuova boutique accessori di Prada negli spazi dell'ex ristorante Saint Andrews in via Spiga angolare via San'Andrea

MAX MARA