

Adam Kimmel⁸

Calzato in consorzio⁷

La moda è un velo⁶

Fabio Di Nicola¹⁰

Mijn Schatje¹²

Notte in Porta Ticinese¹⁴

ALESSANDROGEDDA&PARTNERS

AUGURA A TUTTI
BUON NATALE



YAMAHA

WHIRLPOOL

VEUVE CLICQUOT



SILVERSEA

SESSA MARINE

PORSCHE

MERCURY



KITCHEN AID

INTERCULTURA

HARLEY-DAVIDSON



GGP

DE DIETRICH

BUELL



AG&P, IL LIVE-LAB DI IDEE SPECIALIZZATO IN CONCEPT DESIGN, REALIZZAZIONE SPAZI 3D, EVENTI E PR PER GRANDI MARCHI. DALLA PASSIONE PER LO STILE NASCONO PROGETTI PERSONALIZZATI ORIENTATI ALLA BRAND COMMUNICATION E ISPIRATI ALL'ART MARKETING.

WWW.GEDDAPARTNERS.COM



11

A cura di Antonella Reina

Sound Shirt



10

KNITWEARMANIA

Sono giunte alla loro seconda collezione e presto si faranno conoscere anche in Italia le due eclettiche amiche svizzere Guya e Carmen, artefici della linea **Ikou Tschüss** (3 - 4 - 5). Spirito hippy-street per i capi in maglia che giocano sapientemente con i colori, senza rinunciare ad un eccentrico fluo-touch. I maglioni e le sciarpe sono multi-color, le t-shirt serigrafate a mano nell'atelier di **Urs Fisher** a New York, i dettagli ricamati ad uncinetto dalle stesse designer, i foulards vintage vengono ritinti o re-printed. Un mix di creatività: dai mercatini di Zurigo all'esclusiva vendita chez Colette.

8

LE MAGNIFIQUE.



7



1

2

T-SHIRT A SUON DI MUSICA

Innovative t-shirts e felpe direttamente from LA. Da poco disponibili a Milano - in esclusiva da Antonioli - **Le Magnifique** (6 - 7 - 8) si distinguono, oltre che per la ricercatezza dei materiali per le innovative e provocanti grafiche ispirate al mondo dell'arte e della musica europea. Non a caso il desingner **Nils** è stato uno dei dj più conosciuti nello scenario underground parigino degli anni '80. Trasferitosi poi a Los Angeles, Nils ha iniziato questa avventura nel fashion-system insieme a **Leslie Turner**. Le sue magliette non sono altro che la trasposizione visiva del suo background culturale.

PUPSANDO

I pups, i divertenti pupazzi dalle molteplici forme e personalità, vera toy-mania per grandi e piccini, hanno allargato la loro famiglia e sono partiti alla conquista dell'interior design. Con l'aggiunta del suffisso An Do, termine giapponese che sta per sollievo, il designer **Andrea Ruschetti**, già firma dei pups, ha dato vita ai **PupsAndo** (9 - 10 - 11), morbidesime poltrone-pouf da deformare in cerca di una nuova comodità. Disponibili in tre modelli: conico, cilindrico o sferico, sono tutti dotati di fodera e accompagnati da un dvd che ne rivela inaspettati e dinamici effetti collaterali...

www.pups.it



6

LE MAGNIFIQUE.

(ESTH)ETIC

Da qualche mese è disponibile nei più ricercati Concept Store internazionali una nuova linea di abbigliamento, caratterizzata da uno stile innovativo e realizzata esclusivamente con fibre naturali, ma soprattutto prodotta attraverso piccole aziende avviate appositamente per questo progetto in Africa, India e Sud America. Il marchio si chiama **Edun** (1 - 2) ed è nato dall'idea di un team d'eccezione composto dal cantante **Bono**, che da anni si batte per l'abolizione del debito dei paesi più poveri, dalla moglie **Ali Hewson**, in collaborazione col designer **Rogan Gregory**.

www.edunonline.com



3



4



5



Limited edition

Prada ha prodotto una collezione limitatissima di soli 15 abiti in vendita esclusiva per i clienti di **Harrods** - by Appointment. Nella prestigiosa serie anche un capo indossato da Nicole Kidman. Secondo Vogue UK la Limited Collection comprenderebbe vestiti lunghi, corti, floreali e da "red carpet". Per informazioni o per prenotare un appuntamento chiamare lo 020 7893 8000. Sperando che le linee non siano sempre occupate!



Elena Semenzato

www.prada.com
www.harrods.com

Riscoperte

È ispirato al *Lambshed-hood*: classico copricapo dei contadini d'Islanda - usato per proteggere viso e barba dal freddo durante i grandi spostamenti tra una fattoria e l'altra. Design by **Vik Prjónsdóttir**.

E. S.

Names



Yeohlee

Si ispira all'architettura delle missioni dell'America Sud-Occidentale, in particolare alle chiese del New Mexico, la collezione s/s 08 della designer malesiana **Yeohlee**. L'abito come luminosa superficie architettonica: bianco e potente blocco che si staglia contro la mutevole e brillante luce del cielo del deserto. Una palette chiaroscurale che conosce luci e ombre incontra il classico vocabolario di Yeohlee, fatto di archi ed ellissi, insieme alle nuove sperimentazioni sull'abito in quanto "scatola" da plasmare.

www.yeohlee.com

Pink Pamplenus Issue

Rubrichissima

Il magazine spagnolo **Neo2** concede alle modelle diritto di parola, ma non si perde in futili domande sulla moda. Nella rubrica **ModelTalking** le ninfe senza favella sono messe al muro con preferenze dal fiato corto: compagnia aerea? iPod? Città? Dieta? Film? Le fashion victims non temano - avranno comunque il loro lieto fine: per chiudere in bellezza le icone dello stile svelano infatti dove scovare quello che indossano, con tanto di indirizzi e di riferimenti internet...

Maria Giovanna Poli

www.neo2.es

Joint venture

Adidas e Diesel hanno annunciato un accordo quadriennale che farà nascere una nuova linea jeanswear: la Adidas Originals Denim by Diesel. I capi saranno in vendita in tutti i negozi Adidas a partire dal 1° febbraio 2008. La linea conterà in 4 modelli, 2 per uomo e 2 per donna. Come ha reso noto Hermann Deininger - direttore creativo di Adidas - "quando un cliente camminerà in uno dei nostri store, saremo in grado di offrirgli uno sguardo completo, da un modello superiore di jeans ad un paio di sneakers". Stesso entusiasmo da parte di Renzo Rosso "Adidas condivide con Diesel la stessa voglia, lo stesso atteggiamento verso l'alta qualità e la creatività!".



E. S.

www.adidas.com
www.diesel.com



.wit | #0

allegato ad **Exibart**.onpaper

DIRETTORE EDITORIALE
Massimiliano Tonelli

COORDINATORE EDITORIALE
Marzia Fossati

HANNO COLLABORATO
Maddalena Biasi, Mimmo Cardone, Elena Semenzato, Federico Poletti, Maria Giovanna Poli, Antonella Reina, Marco Trabucchi.

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

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

Complemento Oggetto

È firmato Clare Tough l'art-cap "urbano" per la prossima primavera/estate. Versione 3D per il copricapo che rende omaggio all'arte di Jean Michel Basquiat e si ispira alla New York degli anni '80. Per *skyscrapers* e *fifth avenues* rigorosamente *hand made*.

www.claretough.co.uk



Architettura à porter

Appartiene alla nuova collezione "Bilbao" di **Daniela Rondine** il cappello in poliuretano che evoca l'architettura di titanio del Museo Guggenheim.



Names

Romina Karamanea

Giovane fashion designer di origine greca, con base a Londra. Ha all'attivo collaborazioni con numerosi e leggendari fashion magazine, tra cui Surface.

Anche Isabella Blow ha notato il suo talento...



Libritudine

I trend si fanno reali

8 percorsi di tendenza, 250 immagini, 20 anni di lavoro e di minuziosa ricerca sono all'origine di **Real Fashion Trend**: il *Manuale del Cool Hunter* che presenta un'inconsueta visione delle tendenze che domineranno le prossime stagioni. Ad essere raccontati sono infatti usi e costumi di uomini e donne che, ritratti nel loro quotidiano modo di vestire, interpretano i diversi trend. L'obiettivo che ha spinto Future Concept Lab, Istituto di Ricerca e Consulenza Strategica, nonché ideatore del progetto, ad utilizzare questo nuovo linguaggio è il desiderio di vivere, raccontare ed apprezzare, per una volta, la vita e la moda reali. Pubblicato da Libri Scheiwiller.

E. S.

www.librischeiwiller.it

Non Conventional Luxury Stuff/1

Enamel. Smalto dal sapore orientale. Così si chiama la collezione di piatti creati dalla designer olandese, **Hella Jongerious** e presentati alla Tokyo Week Design per l'azienda giapponese **Ando Shippo**. Hella, fino ad oggi famosa per le sue originalissime creazioni di complementi d'arredo, ora rispolvera questa antichissima tecnica di smaltatura artigianale della ceramica, che arrivò in Giappone proprio dall'Olanda. Si tratta di una lavorazione fino ad oggi poco conosciuta e praticata, a causa della delicatezza dello smalto e dei costi per la sua produzione. Il risultato però, brillante riletura di temi orientali, è decisamente "fashion", con quella tipica irregolarità della ceramica che la rende unica ed inimitabile. Un vero lusso. In vendita anche online su cibone.com

Maddalena Biasi

www.jongeriuslab.com
www.ando-shippo.co.jp

Non Conventional Luxury Stuff/2

Redux Parte II. **Meltin'Pot** presenta la seconda collezione **Redux**: il progetto completo di denim interamente organico. Nato dall'idea del Bauhaus, **Redux** ne sposa gli elementi di innovazione stilistica, per una vera e propria architettura dell'abito. Tailor-work e sartorialità del denim per una collezione intenzionalmente composta da pochi capi - venti pezzi esclusivi - dedicati unicamente all'uomo: il moderno gentleman degli anni '30 che riscopre l'eleganza e al contempo la portabilità del papillon, delle bretelle, del panama e di impalpabili sciarpe. Concepito e realizzato in Italia, **Redux** è un progetto distribuito solo attraverso gli showroom **Meltin'Pot** di New York, Parigi e Milano.

www.meltinpot.com

Come eravamo - Cover d'antan



Vogue UK - Dicembre 1970
Tra le note di Eric Clapton, "god of guitar - and now of voice?", anche l'uomo si veste **Yves Saint Laurent**, con la prima boutique a Londra. E il *feather print dress* di **Zandra Rhodes** annuncia in copertina il mood di stagione: tuniche e caftani Africa's style, segue di pari passo il make-up tribale.

M. G. P.



Velo dico, velo torno a replicare. Materiale impalpabile, a beffa del destino e del clima rigido, non ha mai avuto paura dell'inverno. In perenne esitazione fra il rifugiarsi pudico in trame che lo vincono in peso e diventare sfacciatamente protagonista esterno di un outfit. Dubbioso: proteggere o svelare? Nelle fantasie a/i '07-'08 di **Dolce & Gabbana** la leggerez-

za domina la corposità, invece di esserne soggiogata, invertendo l'ordine degli addendi, cambiando il risultato visivo e spruzzandolo di feticismo. Come un bozzolo prezioso, il velo racchiude ciò che dovrebbe coprire, che siano piume o pelliccia, rendendolo erotico al pari della pelle nuda - con tanto di cintura di castità metallica dotata di lucchetto. È l'ultima frontiera

A cura di Maria Giovanna Poli. Moda in trasparenza: abiti "bocciolo" come velati nidi per piume e pelliccia. Stratificazioni di tulle ed organze nel gelo invernale. Fantasia di garze anche per la prossima primavera/estate.

See through



negli ovali in alto > **Marie Costance Charpentier**, La Melanconia, 1801 (dalla mostra *L'Arte delle donne. Dal Rinascimento al Surrealismo*, Milano, Palazzo Reale, fino al 9 marzo 2008)
 negli ovali in mezzo > **François Gerard**, Catherine Grand, princesse de Talleyrand-Périgord, 1805-06
 negli ovali in basso > **François Gerard**, Madame Récamier, 1802
 a sinistra > **Medhat Shafik**, La Città proibita, 2007.
 in basso > Un nude-look **Maria Calderala** s/s 08



nell'uso della trasparenza, l'ultimo significato in ordine di tempo a cui essa è chiamata a rispondere. E di strada il velo ne ha fatta, da quando aveva libera licenza di lasciare il segno sulla pelle d'avorio delle incaute dame di primo Ottocento, reduci dalla Rivoluzione francese. Mai come allora la voglia di libertà e sovvertimento, mascherata opportunamente da un decantato ritorno alla natura, danzava sui drappaggi di mussoline, garze e percalles inconsistenti negli *habit-chemise* che non lasciavano spazio all'immaginazione. Braccia nude e scollature oltre il livello di guardia scoprivano parti del corpo mai mostrate in precedenza. Ed ecco che il sotto diveniva sopra, la sottoveste si trasformava in abito, incerto se coprire o il suo contrario, come ri-velato nei ritratti neoclassici di **François Gerard** (1770-1837). E la biancheria color carne non aiutava certo a ritrovarne il ruolo. Tra le follie, gare di peso in società indette al motto di "più sei ben s-vestita, più sei elegante" Tassativo non superare i duecento grammi tutto compreso. Queste Vittorie greche senza ali, che strizzavano l'occhio allo stile della statuaria classica riemersa negli scavi coevi, si agitavano al minimo movimento di brezza. Peccato che non fosse il tiepido vento dell'Egeo, bensì la tramontana del nord Europa a falciadiare inesorabilmente cotanta velleità con l'approssimarsi dell'inverno. Avrà forse avuto lo stesso ardito pensiero Miuccia Prada per **Miu Miu** a/i '07-'08, proponendoci di affrontare il gelo milanese con un see-through di corte mise in tulle e organza nei colori della terra? Perché da qualsiasi prospettiva la si consideri, la trasparenza è fatta per guardarvi attraverso, simbolo di fascinazione e promessa. Così ci insegna **Medhat Shafik**, nella mostra in corso a Palazzo Forti, Verona (fino al 27 gennaio 2008. Info: tel. 045/8001903), con i suoi scenari esotici fatti di bianche garze attraverso cui passa la luce. Che s-velano alceve e brandelli di stoffe colorate, dimensioni parallele da proteggere. E soprattutto da immaginare.



Designer shoes from Spain. Ovvero? Ovvero la Spagna che, ancora una volta, ci dà una lezione su come si fa sistema. Di che si tratta? Si tratta di un progetto comune basato su una

Garcia, Ras, Alima, Rebeca Sanver, Salvador Sapena, Chie Mihara, Paco Gil, Beverly Feldman, Sinela e Prettyballerinas. Si tratta di aziende, per lo più a conduzione familiare, che

opera nel rispetto di antichi segreti artigianali, con pellami di elevata qualità. Una zona in cui la calzatura è molto più che un prodotto: un vero e proprio oggetto di cultura. A riprova

pensato ad hoc per comunicare al mondo intero l'alto contenuto simbolico ed immaginativo della moda calzaturiera iberica. *Reinventando el Calzado* è invece l'ultima iniziativa inserita nel contesto generale di promozione del settore: un wandering-event che ha lasciato le frontiere spagnole per intraprendere un percorso internazionale. Prima fermata: Tokio, proprio in coincidenza con la Tokyo Designers' Week dello scorso ottobre.

A cura di Marzia Fossati. In principio erano le corporazioni, los gremios, per dirla alla spagnola. Associazioni di mestiere nate per regolamentare e tutelare. Un concetto simile rivive oggi, epurato da vincoli anacronistici, nel progetto Designer shoes from Spain. Un consorzio creato da alcuni brand di calzature. Per esportare ancor meglio il genio spagnolo

Il consorzio ci ha fatto le scarpe



in alto: Chie Mihara, ss 08 - qui sopra: Alima, ss 08

forte campagna di comunicazione e di relazioni pubbliche, il tutto in collaborazione con un'agenzia di pr in grado di creare delle sinergie capaci di aumentare la notorietà dei diversi brand tra i professionisti del settore: giornalisti, stylist, opinion leader e trend setter. "Questa iniziativa ci ha aiutato tantissimo nella nostra introduzione nel mercato italiano: essere presentati come membri di gruppo di brand spagnoli ci ha dato una marcia in più" ha dichiarato Irene Sapena, anima creativa di **Salvador Sapena**, marchio per il quale l'Italia è il primo mercato di esportazione.

È in un certo senso la politica del mestiere dinanzi al nome, dinanzi agli 11 nomi, per la precisione, che si raggruppano sotto l'insegna di *Designer shoes from Spain*: Pedro

rivendicano la stessa origine: la provincia di Alicante, in cui tuttora si

di ciò ecco il Museo del calzado, con le sue interessanti iniziative, dai concorsi per giovani designer al premio fotografico CalzArte, giunto ormai alla sua terza edizione. Del resto l'Italia era già stata investita nel 2005 dalla forte carica culturale della creatività spagnola, grazie alla mostra *Milano ai piedi di Carmen*: un evento itinerante

Undici aziende e una comunione d'intenti. La stessa origine (la provincia di Alicante) e gli stessi obiettivi: presentarsi adeguatamente all'esterno

Se tradizione e know how sono i principali valori che i *Designer shoes from Spain* condividono, non mancano certo altri requisiti comuni. Quali? Un design innovativo, una sensibilità particolare per il colore e la competitività dei prezzi, ferma restando la forte individualità di ciascuno. Si passa dall'immagine prestigiosa della label **Pedro Garcia**, creata e consolidata nel corso di tre generazioni, ad esperienze appartenenti ad un passato più recente, quella di **Alima** ad esempio, appena giunta al decimo anno di attività, ed ecco che il motivo numerico del "10" giunge ad abbellire certe zepettine leggere e fresche disegnate per la prossima primavera/estate. Non mancano poi casi di ibridismo: se proprio Alima nasce dall'incontro tra la designer italiana Franca Carraro con il tipico stile calzaturiero iberico, il marchio **Chie Mihara**, amato da Halle Barry, Céline Dion e Sarah Jessica Parker, trae il suo nome dall'omonima stilista nata in Brasile da genitori giapponesi e poi approdata in Spagna, guarda caso proprio ad Elda, dove ha la sua base lavorativa anche **Paco Gil**. Non molto distante, in quel di Elche, opera invece **Ras**, noto per le sue collezioni estrose e creative, veicolate al pubblico per mezzo di campagne pubblicitarie artistiche, come quella con i collage firmati dal divertente illustratore anglo-libanese Sean Mackaoui. "La comunicazione è un aspetto molto importante per Ras" sottolinea il designer José Moran. "Avere una buona immagine, apparire sulle testate di moda più importanti e nelle vetrine dei negozi più esclusivi di tutto il mondo è uno dei nostri obiettivi principali. Un progetto come *Designer Shoes from Spain* è per noi un tesoro, perché riesce ad indirizzarci in merito a questi aspetti".

- www.pedrogarcia.com
- www.alimashoes.com
- www.chiemihara.com
- www.prettyballerinas.com
- www.pacogil.com
- www.rasshoes.com
- www.salvadorsapena.com
- www.rebecasanver.es
- www.beverlyfeldmanshoes.com
- www.sinelagallery.com



Paco Gil, s/s 08



Pedro Garcia, s/s 08



Pretty Ballerinas, s/s 08



RAS, s/s 08



Rebeca Sanver, s/s 08

Di Marzia Fossati. Battesimo ufficiale di Adam Kimmel su suolo italiano. Dove? All'edizione numero settantatré di Pitti Immagine Uomo. 100% New York City style per il giovane designer. Che trova le sue ispirazioni nell'architettura e nell'arte contemporanea

Adam Kimmel

A RITROSO. Printemps-été 2005 - Una jumpsuit firmata Adam Kimmel campeggiava sulla cover di Numéro Homme: una tuta da lavoro, capovessillo del giovane stilista newyorcese, indossata con "masculine attitude", con quell'atteggiamento tipico dell'arte americana degli anni '40 e '50, continua fonte di ispirazione per il designer. La stessa tuta, ri-proposta in numerose varianti, veniva del resto annoverata nell'Olimpo dei luxury outfit per l'autunno/inverno 05/06 dalla rivista Fantastic Man, nonché sfoggiata da una scanzonata Lily Donaldson sulle pagine di Vogue China nell'estate del 2006...

Ma tutto questo accadde dopo la "consacrazione", avvenuta contrariamente al solito, quasi ad inizio carriera, grazie al redazionale lancio su Rebel Magazine, curato dalla fashion editor Aleksandra Woroniecka (amica di Kimmel), ed alla prestigiosa collaborazione con Colette per ben due stagioni consecutive.

Le sue collezioni si trovano in alcuni tra i fashion-store più prestigiosi del mondo: Bergdorf Goodman and Jeffrey a New York, Colette a Parigi, 10 Corso Como a Milano, Comme des Garçons a Tokyo, Dover Street Market a Londra

GLI INIZI. Una carriera iniziata per caso - dopo una laurea in Architettura, conseguita nel 2001 presso la New York University - ideando e disegnando abiti per i suoi amici: artisti, musicisti e fotografi della scena contemporanea newyorcese, come Jack Pierson, David Armstrong, Ryan McGinley, Dan Colen, Banks Violette e Rita Ackermann, gli stessi che pose-ranno poi come modelli, certo non convenzionali, davanti all'obiettivo del fratello Alexei Hay, per i suoi originalissimi look-book.

Le sue sono collezioni nate nell'antichera del colore, armonie di bianchi e





di neri, alternati ai grigi e ai toni naturali. I suoi capi sono il risultato di una riflessione che, partendo dalla funzione dell'abito, si sviluppa nobilitando il dato industriale ed infondendogli un'eleganza decontratta, raggiungendo così un equilibrio perfetto tra la ricerca sui materiali e l'evoluzione delle forme, con citazioni e rimandi all'opera di Willem de Kooning, Jasper Johns, Arshile Gorky, Ted Joans e Neal Cassady.

I suoi capi sono il risultato di una riflessione che, partendo dalla funzione dell'abito, si sviluppa nobilitando il dato industriale

DOMANI. La prossima primavera/estate l'uomo Kimmel indosserà il blazer grigio, con dress pant e cardigan, oppure con un paio di blue-jeans. Si al tuxedo, in versione per così dire "istituzionale", oppure "disinvolta", con t-shirt nera e jeans bianchi. Immane poi la tuta, anche per lei, da scegliere nella versione stripes, in color ceruleo, oppure in uno spettro di possibilità di grigio. I modelli della collezione Autunno/Inverno 08-09 saranno invece svelati, in anteprima assoluta, a Pitti Uomo n. 73, con una performance di primissimo piano. Adam Kimmel è infatti il protagonista del Discovery Fashion Project di Pitti Uomo n. 73: il 10 gennaio 2008 la Fondazione Pitti Discovery presenta, presso l'Istituto d'Arte di Firenze un evento-installazione, curato da Neville Wakefield, in cui il mondo del fashion si lascia contaminare dall'arte e dalla fotografia: un vivace laboratorio creativo, ideale per mettere in scena i capi di Kimmel e la sua idea di moda.

SOSTIENE ADAM. Qualche anticipazione? È lo stilista stesso a fornircela: *"per la collezione al/2008/09 mi sono ispirato al feeling e allo stile di vita di Wallace Berman e del gruppo di artisti (Semina Artist Group, ndr) che gravitava attorno a lui nella California dei tardi anni '50 e degli anni '60. La mia volontà è quella di celebrare un gruppo di artisti newyorkesi e il segno che lasciarono nel mondo della Art Visive. Sono onorato di essere ospite a Pitti e voglio cogliere questa opportunità per creare uno stile in continua osmosi tra i giovani talenti avant-garde del presente e le rivoluzionarie tematiche chiave del Semina Movement. L'utilizzo di Firenze come location di questo evento sottolinea inoltre la collisione tra passato e presente, tra classico e contemporaneo. Una sorta di nuovo ed inaspettato rinascimento, nella patria del grande Rinascimento".*

www.adamkimmel.com

Profonde connessioni col mondo dell'arte, già nel logo, per il quale ha "catturato" un'opera di Paul Klee. Il percorso del designer inizia proprio nel segno dell'arte, con una formazione all'Accademia di Belle Arti di Bologna e poi esperienze in Italia e fuori, corsi di fashion design, teatro, musica, premi. La sua ricerca si muove tra le ispirazioni legate alla corrente futurista per le grafiche e i volumi, e i mol-

sono per me importanti. Utilizzo cachemire e lana, mixati o puri, per creare effetti particolari, che possano rinnovare fibre ritenute tradizionali. Mi piace mescolare le lane con il cotone per avere la mano morbida al tocco della lana, con la freschezza tipica del cotone. L'idea di combinare tessuti estivi e invernali permette di ottenere una fruizione più attuale.

Che fase creativa stai attraversando?

Attualmente sto lavorando ispirandomi a Thayaht, poliedrico artista inventore di originali canoni di eleganza, nonché della "tuta", capo d'abbigliamento rivoluzionario e precursore dello sportswear. La mia collezione estate 2008 declina dieci tute in modo ironico e sexy. Mi sto occupando - a proposito di futurismo - anche di abito Antineutrale, cioè un capo di

E per il tuo "filone" musicale?

Per le prossime t-shirt iconiche niente più miti del passato. Mi piace moltissimo l'idea di far conoscere realtà musicali di nicchia attraverso la moda.

Cos'è "eleganza"?

Vivere se stessi in modo rilassato. Mi vengono in mente il musicista Ludovico Einaudi ed il grande illustratore Lorenzo Mattotti. Eleganza sussurrata.

A cura di Federico Poletti. Un viaggio nel mondo creativo dello stilista Fabio di Nicola, attraverso le sue fonti di ispirazione: un mix travolgente di arte, musica e cinema. Nel segno dell'Urban-pop. Con una anticipazione sul prossimo film di Wenders

Fashion-dada

teplici riferimenti al mondo del suono: il risultato finale è una linea "Pop Urbana" in cui l'iconografia degli anni Sessanta e le immagini della Swinging London si fondono con un appeal contemporaneo. Il suo prodotto è riconoscibile per il mix di sartorialità e leggerezza, sportswear prezioso e décontracté, forme e materiali all'avanguardia. In ogni collezione Fabio rende omaggio ad una band o a dei musicisti che lo hanno particolarmente coinvolto: nascono così le "T-shirt iconiche", magliette "musicali" in limited edition, nate dall'ammirazione per band cult, quali The B'52, Visage, Frankie Goes to Hollywood, Soft Cell, Bananarama.

Come sei cambiato dal debutto ad oggi?

Il mio primo decennio l'ho trascorso impegnandomi con concorsi all'estero, senza essere nel mercato. Poi ho tradotto la ricerca stilistica in prodotto. Ho dovuto conciliare la ricerca col mercato, che è un giudice importante. Ora mantengo un buon equilibrio tra istanza creativa ed esigenza divulgativa, anche se mi piacerebbe concentrare maggiori energie nel trasmettere il significato della mia idea al cliente. La sfida mi piace molto più adesso che allora. L'obiettivo è quello di raggiungere una dimensione ottimale, un equilibrio tra un prodotto di "spessore" e al tempo stesso "concreto".

Come ti definiresti?

Mi piace il termine dadaista, corrente che amo molto per l'ironia e i paradossi. Le mie creazioni vengono dal niente, significano tutto e il contrario di tutto; questa stagione mi ha particolarmente coinvolto l'idea futurista dell'abito anti-neutrale. Sono stato alla Biennale di Venezia e ho trovato molte opere con riferimenti al futurismo e al dadaismo.

Qualche nome, prego.

Mi viene in mente Luca Buvoli.

Parliamo di materiali.

Ricerca e sperimentazione sui tessuti

Un'altra combinazione inusuale?

Lana e lino. Bellissima.

design dal taglio e dalla forma nuova. In virtù di ciò, mi hanno anche invitato tra i membri della giuria tecnica del concorso *European Tuta Award* - La tuta sfida il futuro, un'iniziativa rivolta a giovani fashion designer, che ruota proprio intorno alla re-interpretazione di questo capo che prende il nome proprio da Thayaht.

Come sta cambiando il modo di vestire dell'uomo oggi?

L'uomo sta ripercorrendo le stesse tappe della donna negli anni Settanta. Oggi l'uomo è più vanitoso e sente l'esigenza di rinnovarsi più spesso anche nel vestire. E' diventato un acquirente critico, molto più attento ed esigente di un tempo. Nel cambiamento non gode però pienamente di autonomia di giudizio, ma tende a seguire le mode del momento. I gay sono in genere più sperimentali nell'aprire la strada a fenomeni o tendenze che poi vengono seguite. Oggi, e sempre più in futuro, l'uomo sta trovando un equilibrio tra moda e beauty.

Quali sono gli artisti a cui ti ispiri?

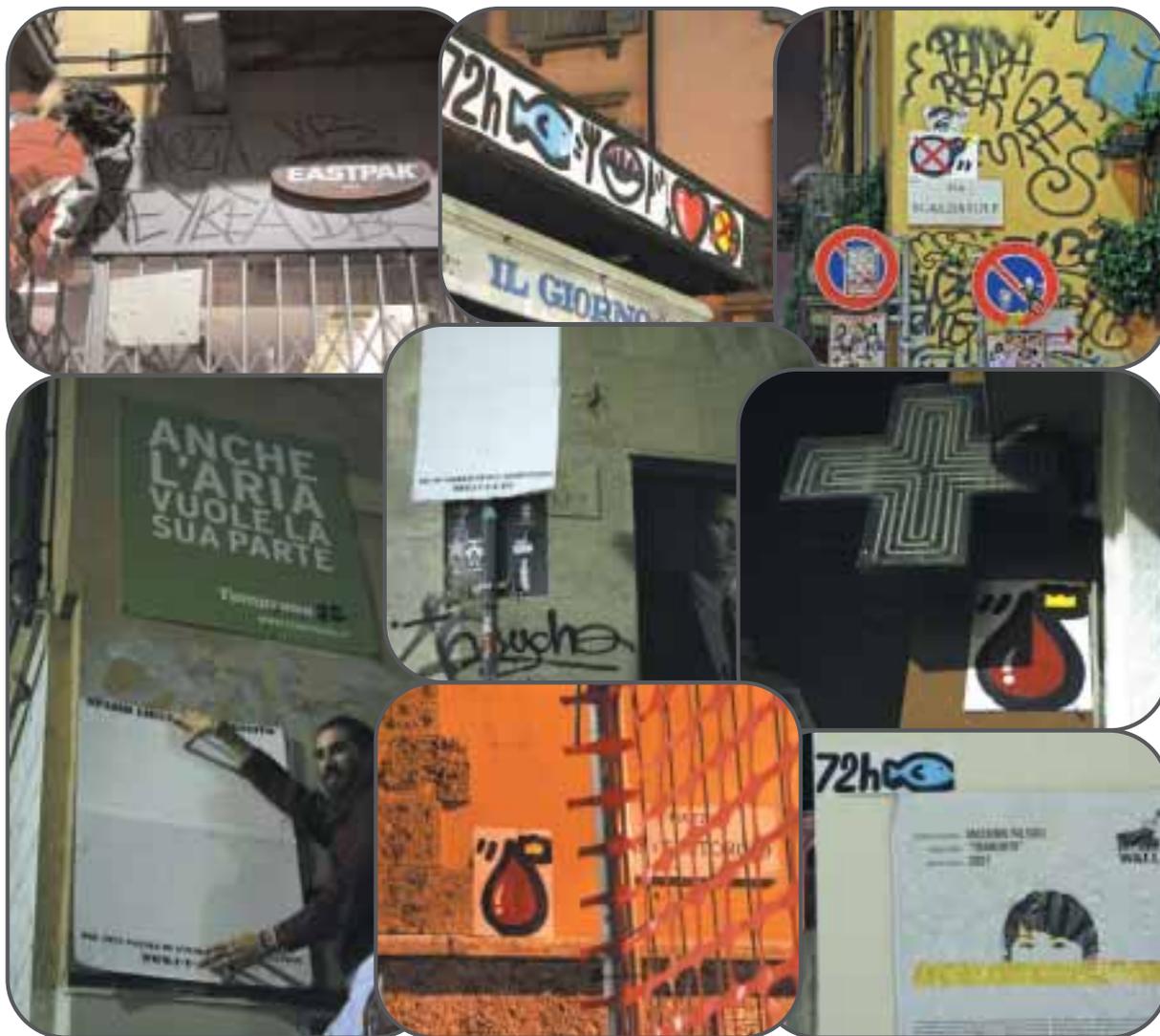
Luca Buvoli lo abbiamo già citato. Ultimamente ho poi una grande passione per Enzo Cucchi e Anselm Kiefer. Nella musica Ludovico Einaudi, Tom Waits, Max Richter con *The Blue Notebooks*, un album straordinario, poi Leonard Cohen e ancora la musica svedese e finlandese. Nella moda considero Antonio Marras un grande poeta: se dovessi nel futuro disegnare una linea donna andrei ad imparare tutto da lui. Stimo moltissimo anche Ennio Capasa (*Costume National*) per la sua preparazione, per la capacità di creare sinergie con la musica e di far percepire il suo lavoro in modo spontaneo e originale.

Un sogno.

Il cinema mi interessa moltissimo. Vorrei girare dei cortometraggi ed emergere in quel settore. In tal senso si stanno già aprendo diverse collaborazioni: nell'ultimo film di Wim Wenders, *The Palermo Shooting*, il protagonista è vestito Fabio Di Nicola. E c'erano miei capi anche nell'ultima pellicola di Ferzan Ozpetek.



www.fabiodinicola.com



Ivan ha l'antidoto per tenere buoni gli uomini in divisa. "Ostendere temi pittorici", questa la parola magica.

materiale da "ostendere". Al suo interno niente bombolette spray, ma solo cartelli e tavole da disegno. Da

da dire. In realtà non del tutto bianca, la pagina. Perché Ivan il terribile la firma apponendoci un chiaro riferi-

da poco - il manifesto in ricordo di Dax - e concesso dal Comune. Graffito emblematico di una Milano combattuta tra la repressione della creatività e l'apertura a nuovi stimoli. Sono le due passate e finalmente, congedati gli amici, si decide di operare l'assalto artistico alla via più artsy di milano - in cui recentemente ha fatto capolino il primo Tokidoki Concept Store: Corso di Porta Ticinese. Una trentina di installazioni temporanee - oneste/disoneste affissioni - richiedono in tutto tre ore di *free climbing* urbano. Niente vandalismi però, "rispettiamo ogni monumento e palazzo storico, siamo artisti". L'arte non disturba mai, questo il presupposto. "Milano è piena di cavalcavia e muri grigi, chiediamo che ci vengano offerti". Finito il corso ai confini con le Colonne di San Lorenzo, posata l'ultima installazione ai fianchi del DieselWall, si torna verso il maggolone. Sono le 5 e la città comincia a svegliarsi per un altro giorno che inizia. I ragazzi sono stanchi, ma visibilmente soddisfatti. Per oggi è sufficiente, ormai è tardi e giocare all'uomo ragno attirerebbe troppi sguardi indiscreti.

A cura di Marco Trabucchi. Fotografie di Mimmo Cardone. L'arte di strada incontra il free climbing urbano. Reportage notturno di affissioni reversibili. Il trucco? Imbrattare con possibilità di recesso. Ecco come

Ivan e Bros

Perfettamente legale apporre sui muri pubblici opere d'arte che siano rimovibili. Bluff o mezza verità che sia, allontana puntualmente le forze dell'ordine che chiedono a Ivan cosa stiano facendo lui e il suo socio **Bros**.

Una notte qualunque, una scorribanda di due artisti che a Milano sono figure note al pubblico grazie alle numerose installazioni che ricoprono la città. E anche a quella mostra "Street art Sweet art" che secondo molti rappresenta uno spartiacque per il settore in Italia. All'appuntamento concordato con *wit* i due ragazzi arrivano con un maggolone, residuo in divino stato di conservazione e ben ricolmo del

appendere ai muri. Ivan e Bros non vogliono sporcare, ma comunicare mediante la città. Ivan è un poeta. È l'autore di "manifesti d'assalto poetico". Sono note alcune sue frasi, spunti spruzzati nel cielo plumbeo di Milano: "Chi getta semi al vento farà fiorire il cielo" e "Il futuro non è più quello di una volta", citata anche da Piero Fassino all'assemblea del Pd. Classe 1981, le sue scritte, a volte di dimensioni considerevoli, si trovano dappertutto, nel centro e in periferia. Tra le più belle? "Una pagina bianca è una poesia nascosta". E questa notte Ivan appenderà proprio una pagina bianca, uno "spazio autogestito" che nelle intenzioni dell'autore dovrebbe essere riempito a piacere da chiunque abbia qualcosa

mento a se stesso: "dal 2003 avanguardia di poesia di strada e assalto poetico". Uno slogan di riconoscimento. Bros, alias Daniele, 26 anni, lavori esposti al Pac e a Palazzo Reale, dipinge invece piccoli cartelli della dimensione di un tabloide che esprimono concetti da decifrare, metafore a colori: disegno + disegno = risposta. Bros ama definirli *simbolismi pop art*: "Il lavoro nobilita" (martello + corona) o ancora "l'amore non si compra" (cuore + moneta).

Il viaggio notturno insieme comincia in un ritrovo famoso per gli artisti, il Coquetel di via Vetere, ai confini del Parco delle Basiliche, proprio di fronte ad un enorme graffito realizzato

www.brosart.com
www.i-v-a-n.net

Com'è nata la tua collaborazione con Fornarina?

Da qualche Fornarina collabora con giovani artisti: il CEO del brand e gli art directors sono appassionati collezionisti d'arte e si dedicano al "talent-scouting". Mi hanno contattato dopo aver visto la mia cover su

ad una sfilata di tipo istituzionale.

Hai lavorato per altri marchi di moda e di design?

Alcuni brand hanno tentato l'approccio, ma voglio lavorare solo con quelli che apprezzo e che ritengo abbiano un vero interesse nel mio

Parlaci del tuo mondo e dei tuoi personaggi.

Il mio mondo non ha limiti e si allimenta con molti riferimenti della mia infanzia.

Hai mai pensato di diventare stilista? Che abiti disegneresti?

Certo, ma probabilmente sarei più brava come designer di vestiti per bambole...

C'è uno stilista che ami e che influenza il tuo lavoro?

Adoro Tsumori Chisato per la sua poesia. Amo il fatto che dipinga sui

A cura di Marzia Fossati. Mijn Schatje è Marie Blanco Hendrickx: una paperdolls maker con base a Parigi, dove lavora come digital lowbrow. A soli 24 anni ha già collaborato in qualità di graphic designer, AD e art consultant per importanti realtà, tra cui Ekler'O'Shock, Recordmakers, Sony Entertainment, Reebok, Biba Magazine, Women management, Publicis Roma, Avant Garden Records e Fornarina...

Mijn Schatje surrealismo parigino



WeAr magazine e la cosa mi ha entusiasmato molto, anche perché avevo apprezzato molto ciò che avevano fatto poco tempo prima con Miss Van. La mia idea di femminilità e di bellezza, con quel tocco di fantasia, è molto vicina a quella del brand ed è il valore che abbiamo cercato di esprimere nelle collezioni per il 2008.

Ci parli dell'installazione che hai preparato per il FORNARINA URBAN BEAUTY SHOW lo scorso settembre?

Si intitola "Dreams are my Reality" ed è basata sulla storia di *Alice nel Paese delle Meraviglie*. Una ragazza si è persa nella notte su una gigantesca scacchiera, circondata da roseti, conigli e cavalli a dondolo. Il risultato finale era molto poetico. Inoltre è stata per me una nuova esperienza, vedere una delle mie immagini prendere forma tridimensionale in un live show, con tanto di modelle e musica - qualcosa comunque di molto diverso rispetto

lavoro e nell'Arte, in senso più generale. Al giorno d'oggi è *fashionable* che ciascuna compagnia abbia i suoi collaboratori artistici, ma qualche volta credo che risulti solo falso ed inadeguato... Ho lavorato per Reebok in occasione del Festival di Cannes e per Sony Entertainment per gli eventi di lancio della PS3.

Qual è il tuo background?

Sono solita definirmi un'autodidatta. Ho frequentato alcuni istituti d'arte, ma li ho odiati, troppo convenzionali e orientate professionalmente. Ho iniziato a disegnare al computer quando avevo 10 anni e ho sviluppato da sola la mia tecnica. La mia è una famiglia di estimatori d'arte: ricordi i miei primi innamoramenti giovanili per certi dipinti esposti al Prado e al Guggenheim. Poi ho scoperto il *superflat* nipponico e i primi *lowbrow artist*. Ho sempre creato le mie cose per me sola, senza mostrarle agli altri, poi ho incontrato per caso il mio primo gallerista e ho iniziato ad esporre...





suo vestiti rendendoli fiabe da indossare. Recentemente ho comprato un suo abito con delle applicazioni di "palline" che formano un cigno: è subito diventato il mio preferito. Apprezzo Jeremy Scott per la sua modernità e perchè non prende la moda troppo sul serio: è uno che sa come trarre ispirazione dalla strada. Sono totalmente innamorata del suo *guitar-dress* e dei suoi costumi. Ammiro anche Gareth Pugh per la fantasia del suo lavoro: tutto ciò che fa sembra una scultura contemporanea sul corpo umano. Mi piacciono inoltre le ultime collezioni di Christian Lacroix, Balenciaga, Dolce & Gabbana e molti altri ancora...

Quali riviste compri? Quali preferisci?

Compro moltissimi magazine, soprattutto in aeroporto. Super, POP, ID, Juxtapoz, Nylon. Alcune riviste poi, le ho scoperte, dopo esservi stata pubblicata: WeAr, WAD, Nude, H magazine. Amo acquistare riviste di paesi differenti perchè mi aiuta a stare in contatto con ciò che accade, a livello mondiale, in termini di arte visuale e moda. È l'aperitivo con cui nutro la mia immaginazione.

Parlaci della tua ultima esposizione.

Attualmente alcune mie opere sono

in mostra a Parigi in una collettiva curata da Arts Factory. Si tratta di una mostra che raggruppa 10 giovani artisti, anche molto differenti fra loro. Quello che apprezzo davvero è però lo spirito globale della cosa: molto colorato e giocoso. Personalmente espongo la mia ultima serie di immagini: ho lavorato su ritratti di grande formato (70cmX100cm) - il che è impressionante, perchè i volti delle bambole risultano 4 volte più grandi rispetto ad un viso umano. Inoltre ho curato moltissimo i dettagli: milioni di capelli, occhi enormi, piccoli animaletti. Il feedback che sto ricevendo in merito alle nuove immagini è

buono: le gente mi dice che le trova scioccanti, ma al tempo stesso dolcissime. Finchè riuscirò a colpire le persone, potrò dire di avercela fatta!

Pensi che al momento attuale si possa parlare di vera innovazione nel campo dell'illustrazione?

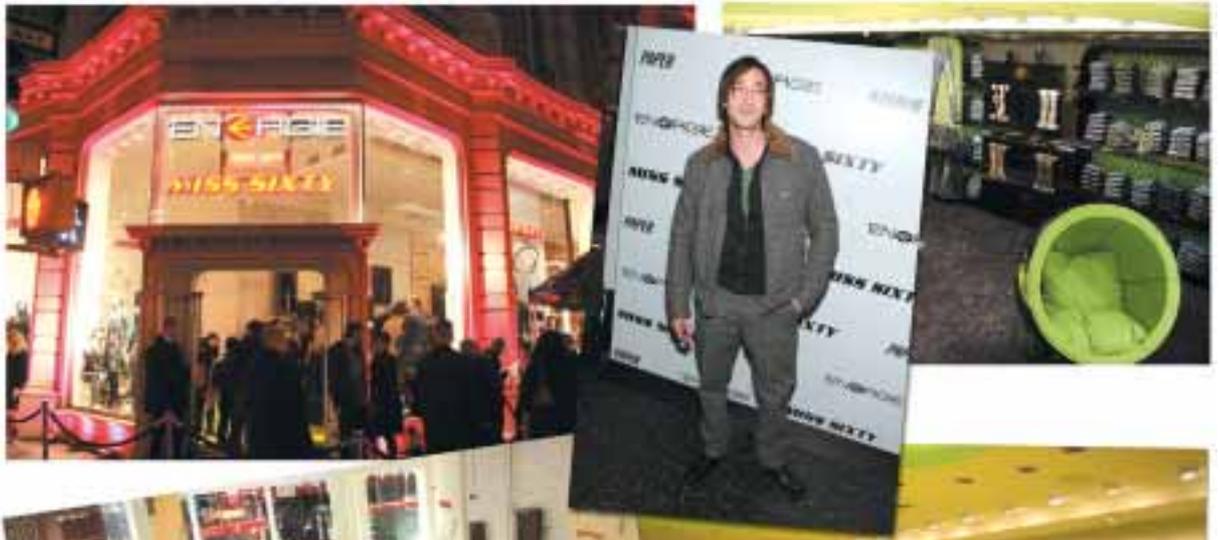
Non c'è molta innovazione, ma la colpa è della committenza, non degli illustratori. Molti hanno uno stile contemporaneo, d'impatto, ma la committenza li tarpa con richieste *oldschool* ed idee convenzionali. Molti buoni progetti vengono abbandonati in favore di altri, molto più poveri dal punto di vista artistico. Nel Nordeuropa molto spesso si trovano le cose migliori, ma probabilmente solo perchè le società sono vedute più ampie e più interessate al design, nel vero senso della parola. Ad esempio, Mark Verhaagen, mio amico oltre che "collega", ha recentemente creato alcune immagini enormi per Vodafone UK. Mi piacciono inoltre alcune cose fatte dal Rinzen, uno studio con base in Australia e in Germania ed apprezzo Friendswithyou con sede negli States per la loro originale e personalissima visione dell'Universo. Cito infine la giapponese Junko Mizuno, altra mia amica, una grande artista del fumetto ed illustratrice.

Progetti per il futuro?

Così tanti... In febbraio avrò la mia prima personale presso la KochXBos gallery ad Amsterdam, poi prenderò parte al Parcours St. Germani, un grande evento d'arte contemporanea a Parigi, commissionato dalle Case d'Alta Moda. Voglio poi viaggiare molto, sono ferma a Parigi ormai da troppo: ho proprio bisogno di un po' d'aria fresca. Infine ho un progetto editoriale segreto per il 2009: non posso dire nulla in merito, ma sarà fantastico...

www.mijnschatje.fr
www.myspace.com/mijnschatje





Lord & Taylor Building -
901 Broadway

Opening party del primo flagship-
store dedicato ai marchi Miss Sixty
ed Energie

NYC VS L.A.

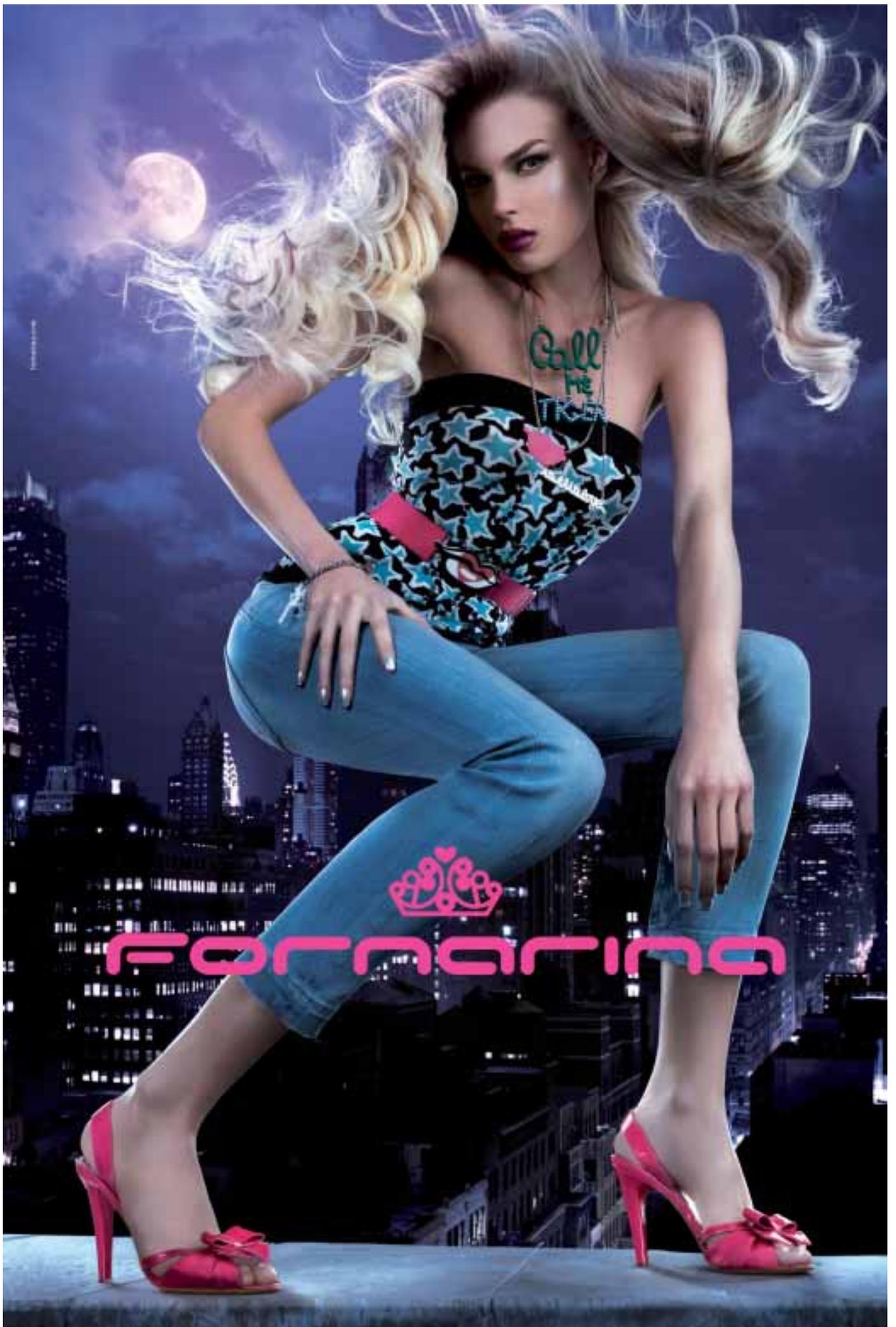
300 metri quadri di luxury denim @ 100
South - Robertson Boulevard

Il primo monomarca di 7 For All Mankind

www.7forallmankind.com

www.missixty.com
www.energie.it







MaxMara