ITS CONTEST

L'arca dei talenti

A Trieste premiati i più interessanti designer emergenti di moda
Le loro opere esposte alla mostra Born to Create a ITS Arcademy

MARIA CORBI

Oggi il grande tema della Moda è la sostenibilità: ambientale, umana e creativa. Sfide che sono connesse e che hanno a che fare con la struttura di questo mondo dove si produce troppo e troppo velocemente rendendo difficile la vita all'ambiente ma anche alla creatività. E in questo scenario disegnato da logiche commerciali anche il talento soffre, faticando ad emergere. Allora occorre tracciare una nuova rotta come cerca di fare la Fondazione ITS nata a Trieste per proteggere, conservare e promuovere proprio la creatività. Tra le attività c'è l'ITS contest, che da oltre vent'anni intercetta i più interessanti designer emergenti di moda, accessori e gioielli. Quest'anno ha vinto la giapponese Momoka Sato, ma tra i premiati c'è anche un italiano, Ivan Delogu che ha cucito un abito con le tende tipiche dei negozi di macelleria di una volta, anni '80, con tante linguette di plastica colorata. Il risultato è non solo emotivo, perché rivela sì le radici della sua terra, la Sardegna, ma anche una grande capacità artigianale e di guardale oltre, di immaginare un mondo in cui sostenibilità non sia solo una parola di moda. «Con la mia collezione ho voluto indagare sulla credenza che vede la Sardegna, regione da cui provengo, come una realtà matriarcale: secondo me, è piuttosto un sistema patriarcale». «Per poter realizzare la mia collezione ho deciso di puntare tutto sui tre pilastri della sostenibilità nella moda: quello economico, quello culturale e quello ambientale»

Barbara Franchin, l'anima del concorso, ideato da lei 22 anni fa (da allora ha lanciato diversi talenti internazionali come Demna, Matthieu Blazy e Nicolas di Felice) veglia sui suoi ragazzi come una madre attenta. Anche lei pensa che in fondo la competizione sia solo un espediente, peraltro non necessario. «È ingiusto fare paragoni perché sono tutti così diversi. Tutti sono i migliori e nessuno è il migliore. Siamo in continua evoluzione e magari il prossimo anno cambieremo il format sempre con l'intento di sostenere talento e creatività»

Le opere dei finalisti e quelle dei vincitori sono esposte in una mostra intitolata "Born to Create" a ITS Arcademy - Museum of Art in Fashion, il primo museo della moda in Italia, che le conserverà nella collezione permanente. In programma inoltre "Le molte vite di un abito", la seconda collaborazione tra ITS Arcademy e il curatore francese Olivier Saillard, in dialogo con il filosofo Emanuele Coccia.

Un appuntamento, quello di Trieste, che è l'occasione per fare ragionamenti larghi sul futuro. «Il sistema deve cambiare, dice Saillard, perché oggi è molto difficile emergere per i nuovi designer, i grandi gruppi del lusso li oscurano». E deve cambiare anche il meccanismo delle presentazioni: «troppe collezioni ogni anno, occorre tornare indietro per andare avanti».

Un sistema che sta mostrando debolezza e se qualcuno avesse dei dubbi si chieda come mai c'è questo nervosismo nei grandi gruppi che sta portando ad un rischio di nomine e di licenziamenti dei direttori creativi. Da Valentino esce Picioli ed entra Alessandro Michele. Ma siamo sù all'inizio. Come hanno fatto notare gli esperti qui a Trieste il vero problema è che oggi questi colossi del lusso faticano a trovare giovani di talento disposti a farsi inserire nell'ingranaggio, preferendo una dinamica più slow e intima. Tornando in piccoli atelier, come un tempo.

Il filosofo Coccia pur riconoscendo il merito ai grandi gruppi di aver reso universale la moda, li definisce dei «dinosauri anche da un punto di vista finanziario». «La loro liquidità è legata a gadget, a profumi scarpe accessori. La creazione è quasi solo una vetrina per altro. Gli eccessi di questo sistema sono già out, si stanno elaborando nuove forme commerciali. Gli studenti più interessanti preferiscono delle realtà che sono solo haute couture. Se fai pochi abiti all'anno puoi appoggiarti a una galleria d'arte». E questo apre la strada a uno cuo nuovo scenario. —

In alto l'opera di Momoka Sato (Giappone), vincitrice del contest. Di fianco l'abito di Ivan Delogu (Italiano) e grande l'opera di Chelsea Jean Lamm (Germania)

L'ORA X

La collezione Guido Mondani tra passione e competenza

PAOLO ZUCCHI DE VECCHI

Eberhard & Co. Rattrapante Chronograph del 1938

Orologi, gioielli ed oltre del brand Guido Mondani: passione, competenza, tradizione. Tre le linee di Mondani Collection, che si aggiunge a prestigiosi nomi che non ci stanno di vita, fedeli a quei valori che si valore finanziario oggi impossibile. Composta da una quarantina di pezzi, la collezione è stata presentata a Lucca 20 marzo a Milano, per la Fiera Orologi Vintage e «Philippe in Association with Bacs & Russo», che ha venduto all'incanto a Ginevra, il prezzo fino 114 milioni di franchi svizzeri. Instinto, dopo essere stata a Dubai in febbraio, ha portato a Lucca, Guido Mondani, notevole conoscitore e collezionista, affiancato in orologeria, fra tappa a New York (dal 2 al 5 aprile) e Londra (dal 18 al 21 aprile). Tra i seguitissimi più ambiti, il Cartier «Cocorico» con la rara presenza per questo stupendo Chronograph, del calendario completo. —

ITS CONTEST

Spilli

La capsule Maison Kitsuné x K-Way

La capsule-collection Maison Kitsuné x K-Way è ispirata gli iconici windbreaker Lion e Chaud di K-Way e nei colori distintivi di Maison Kitsuné. Una collaborazione fantasiosa che culmina simbolicamente in Kitsuné al Café Kitsuné nel Palais Royal e infonde nuova vitalità e stile urbano neo-romantiche, incorporando tonalità armoniose e contrasti sorprendenti ispirati allo stile versatile della moda parigina.

Le sandali di Neiriani dal profilo così sensuali

La nuova collezione Spring Summer 24 di Neiriani è un'ode ai contrasti. Una parte della collezione ha infatti un aspetto più minimal e rigoroso, con rigorosi motivi optical e stampe geometriche dove prevale il contrasto tra il bianco e nero in diverse varianti di righe, pois e quadretti. Una seconda parte è invece rappresentata da una palette di colori accesi, che si tinge di rosso, rosa, fucsia, carta da zucchero, ceruleo e blu navy.

Pomandère a Rue Saint Sulpice, Parigi

Pomandère inaugura a Parigi, in rue Saint Sulpice, il suo primo negozio monomarca, simbolo di un traguardo significativo per il marchio (azienda fondata nel 2008 dal Cecilia Zanuso).
La scelta di Parigi riflette l'ambizione di consolidare la presenza del brand in un mercato cruciale che copre tributo e significativamente al fatturato globale, prevalentemente generato dall'export. La maison è presente in 400 store wholesale di cui 300 oltre confine

L'INTERVISTA

"Dall'Australia all'Italia con amore" il viaggio glamour di Zimmerman

I rotocalchi degli anni 20 offrono lo spunto per la collezione del brand
L'ispirazione anche dai wallpaper Liberty e dal circolo di Bloomsbury

DANILO CICCARELLI
MILANO

Sono ormai passati più di 30 anni dal quando le sorelle Zimmerman fondarono a Sidney (Australia) quella che oggi si chiama "casa", ora sinonimo di tutti i mondo che ama in Australia può dire anche Nicky e Simone hanno iniziato nel 1991 con una piccola boutique di abiti da bagno, quattro tappeti per il pavimento, anche i balli di debutto della prima collezione. Dopo aver conquistato gli Stati Uniti, oggi il marchio detenuto da Advent International è la maggioranza della società dal fondo italiano Sofia Capitale che rafforzando la sua presenza nel retail in Europa: in Italia ci sono già boutique a Milano, Roma e Venezia, mentre a Venezia, dal 2 aprile, si aprirà una boutique di Capri sono anni lanciati degli angeli sul mai. Ma Zimmerman si prepara a sfilare a Parigi, nel cuore del Medio Oriente parlando da Dubai. «Sperò di avere tempo per fare una cena con Nicky, che è la collina Nicky, sto fondando, sto insieme a Simone, nel backstage di Milano, ci sono anche gli ultimi fashion week parlano del pelo a porre. Una esibizione di Nicky, sono sei, sono leggere e aziate della brand, concepita sulle illustrazioni di Dale Chihuly.

Da dove nasce l'ispirazione per questi look?

Provano veramente allora abbiamo il fatto che negli anni Venti tutto quello che il pubblico aveva a portare, quello che dalla vendita delle Tuileries, quello che

I riferimenti, però, non si fermano alla seconda decade del secolo scorso.

Ci sono anche look della collezione c'è un'illustrazione tratta negli anni 70 di Barry Otto, che definisce la mia icona creativa australiana. Sua figlia Gracie, che nella vita fa la regista, l'aveva pubblicata su Instagram. Ho visto le loro chiesie. l'autorizzazione per usarlo su uno dei miei abiti e si ha subito accettato.

Nella sua vita, che rapporto c'è tra arte e moda?

«Sono due elementi completamente connessi tra loro. Per me l'illustrazione di moda è arte. Certo, il mondo del fashion ha una serie di aspetti maggiormente legati al divertimento. Ma, quando mi ho la possibilità, metto sempre dell'arte sui miei vestiti, adoro farlo».

Qual è l'artista che più l'ha ispirata in questi anni?

«È un australiano: Tom Polo. Abbiamo molte sue opere d'arte a casa. È estremamente importante per me».

A che tipo di donna pensa quando crea le sue collezioni?

«Non ci sono molestioni! Certo volte si tratta semplicemente di vestire con fiducia personale e di un ricordo ben preciso».

Che posto ricopre l'Italia nel processo di produzione della sua maison?

«Dirci fondamentale. Il Paese è implicato nel processo di fabbricazione di boxer, scarpe e accessori. Del resto, la Sicilia è tra le più vicine a noi».

Nella foto grande le sorelle Nicky e Simone Zimmerman, qui a lato alcuni capi di Resort 2024

Nel suo lavoro si respira sempre molta Australia. Quali sono gli altri elementi che influenzano il suo processo creativo?

«Ce ne sono moltissimi! Certe volte si tratta semplicemente di vivere con fiducia personale e di un ricordo ben preciso».

Che posto ricopre l'Italia nel processo di produzione della sua maison?

«Dirci fondamentale. Il Paese è implicato nel processo di fabbricazione di boxer, scarpe e accessori. Del resto, la Sicilia è tra le più vicine a noi».

Jean Christophe Babin, CEO di Bulgari e il sindaco di Roma Gualtieri e il sovrintendente Presicce

MECENATISMO

Bulgari custode dei "gioielli" di Roma

Dopo quando 40 anni fa Sonino Bulgari fondò il brand che sua marchio, il legame con la città è cresciuto sino a diventare uno stato saldo. Dal 2014, l'impegno a dare una mano per restaurare le opere della capitale, iniziato con il restauro della Scalinata di Trinità dei Monti, è stato seguito con altri interventi di conservazione del patrimonio artistico. E anche ora sarà la Fondazione per prestiamo queste attività a sostegno della parte nella tutela e della cerezza e della comunità, come ha sottolineato Jean Christophe Babin, CEO di Bulgari e presidente della Fondazione alla presentazione pesso l'Ara Pacis di Roma alla presenza di Roberto Gualtieri, sindaco di Roma.

«Anche quest'anno, ripeterà ora ne piaster. Farte è il mecenatismo, ma anche l'arte è sottolinea Babin. «Abbiamo sempre ritenuto che sia fondamentale, per l'arte, all'arte, all'eredità culturale di Roma che ispira la nostra azione. Abbiamo trovato soggiogati che necessitano di un'opportunità per cambiare vita. Quella loro una strada verso l'istruzione, alle persone di talento che possono avere un impatto positivo sulla società e alle nuove generazioni di artigiani». La Fondazione Bulgari Lavoro Giovani è oggi, promuovendo e gaudando iniziative di arte contemporanea, di musica, di teatro, di istituzioni culturali, favoendo dosperienze artistiche innovative, affrendo visibilità ai talenti emergenti e incoraggiando la contaminazione e l'ibridazione tra gli ultimi tra accordi di mecenatismo siglati dalla maison romana. Quest'anno, il mecenatismo della maison ha permesso in questi anni di restaurare sei fontane, di mecenatismo della fontane del Vittoriano». M. COL. —

Stai benissimo

Tonalità Mercurio per chi ama contraddire

PAOLA TATELLA

Edi moda Mercurio per vivad un valore ancora immaginario, visto nelle nuove tendenze, è esonato dagli anni Sessanta, quando si chiamava "nero", era usato nelle carrozzeria di Ferrari e nelle divise di ustacche cocktail sulla quali ancora oggi si ricamano scapolo e cravatte anche perché, in fondo, il Mercurio è sempre stato una vena di mercurio, di mutamento, quello che ancora oggi, a tratti ne mercurio tormentato. Al naturale non ha un colore chiaro, anzi ne oppone a chiaro, piuttosto si tratta del grigio metallico, argento, liquido e temperamento ma anche di un colore acroid e trasformazione, una particolare tonalità del metallico, che ama anche per modificare e contrastare e gli altri colori. Mercurio è inafferrabile, mistero sono sta bene sia con gli metalli dorati, sia con ma e centro nullaro e il piatino, che sembra piatinato una Luna. Se poi volete alludere alla tendenza ancora dominante quindi metal, o abiti effimeri in questo mese o mese, ecco che Mercurio ovvero ordine una sua gleria che avrà "Mercurio is in retrograde". La retrogradazione di Mercurio non è volatile come la luna, anzi è solida, si ripresenta con regolarità sia, dal mese, dal mese, in astrologia significa inoltre, fallimentare, ingannevole, dunque, Mercurio diventa non è bello perché il pianeta ha ancora un'Ade dal, appena 50 milioni di chilometri, governa la sfera sociale, l'amicizia, l'apprendimento rapido, tutto quel che manca quando, Mercurio, è rovescio. —