

ddn

FASHION

03

DESIGN DIFFUSION NEWS

NEW TALENTS & PROJECTS

BRAND STORIES

LIFESTYLE ATTRACTION

E-MOTION

SHOW PREVIEW

Allegato a DDN - Design Diffusion News n.241 - ISSN 1120-9720
Printed in Italy euro 1,50



VERSACE

DESIGN INSIDER

SPRING/SUMMER 2019 PREVIEW

INTERVIEW





VICTOR & ROLF SOIR

SPECIAL EVENING DRESS COUTURE COLLECTION

RESORT 2019 IN COLLABORATION WITH JUSTIN ALEXANDER

FASHION IS NOT A DRESS

20-25 SEPTEMBER

an
Exhibition
of Young talents
combining
Art & Design

MARONCELLI DISTRICT
VIA PIETRO MARONCELLI, 12
MILAN

PRESS DAY
20 SEPTEMBER
H 16.00

VERNISSAGE
20 SEPTEMBER
H 18.00-21.30

MEDIA PARTNER:



La casa **in** ordine
VIVERE CON STILE

ART DIRECTION BY TUORLO DESIGN STUDIO
GRAPHIC BY TUORLO DESIGN STUDIO + ERGONAUTH | FONTS DESIGNED BY ERGONAUTH



N.21 BY ALESSANDRO DELL'ACQUA

SPRING-SUMMER 2019

'SHORTS & CUTS'

MILANO
FJ
FASHION JUNGLE

MILANO FASHION WEEK
2018, 22TH SEPTEMBER

ROUGE
Theme

MAIN ROOM

BEDOQUIN
SATORI LIVE

BORIS Z - ALEX B

C/O GATE MILANO VIA VALTELLINA 21 - INFOLINE 328 59 53 567

tastethemustard.com



MEDIA PARTNER

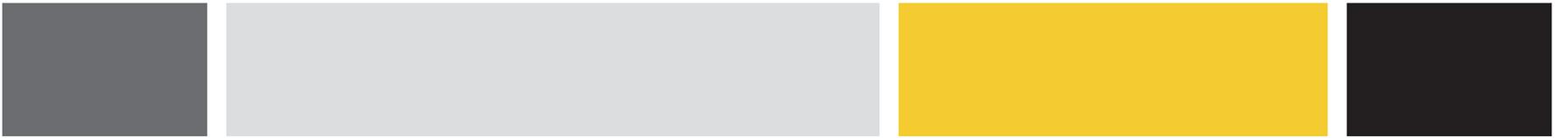




PRADA

SPRING-SUMMER 2019

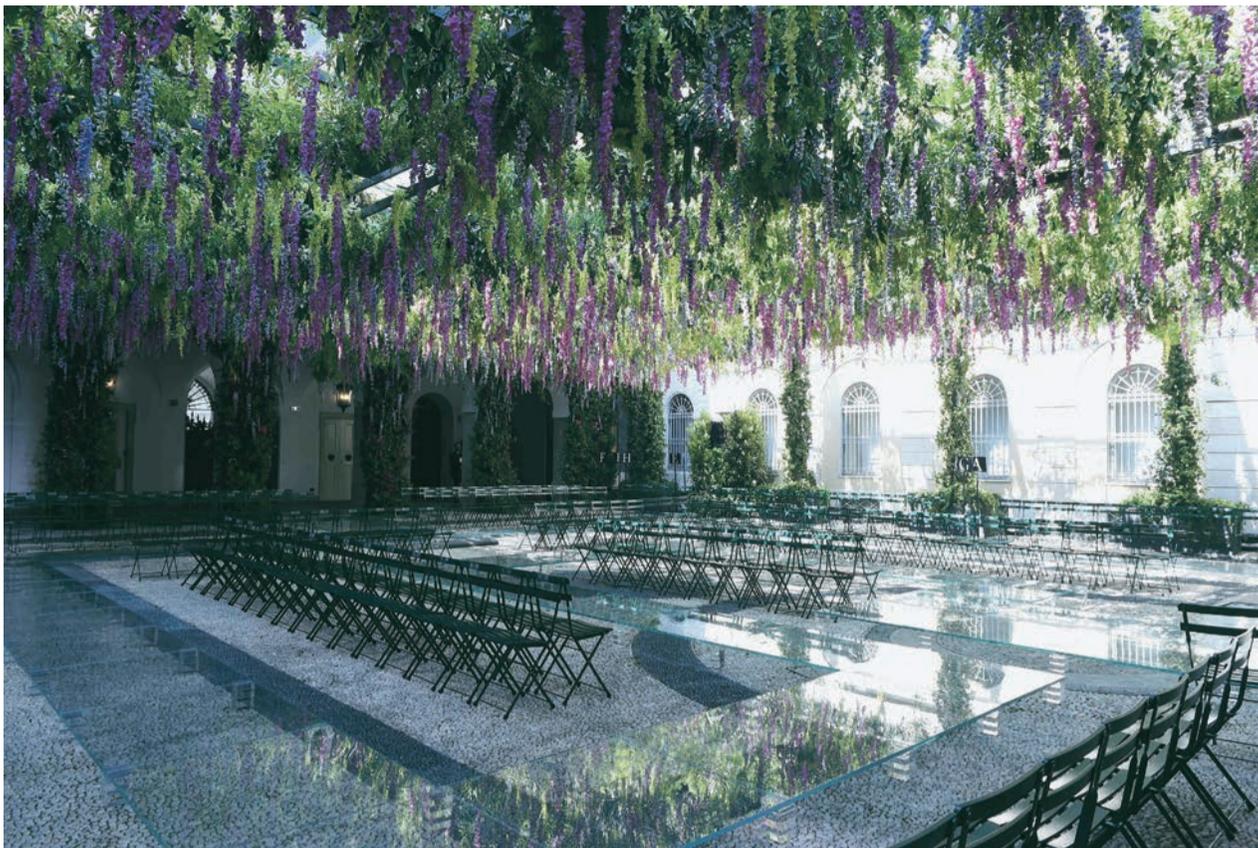
'SHOW PARADE'



VERSACE

MESUSA STUD ICON WATCHES

UNCONVENTIONAL BLACK, BORDEAUX. CHAMPAGNE AND GOLD



editoriale

‘Casa’ è dove si trova il cuore e Gianni Versace il cuore me lo ha rubato giovanissima.

Talento artistico incredibile, sensibile gentleman, straordinario direttore d’orchestra e principe compositore del successo della moda italiana nel mondo, è stato – lo posso dire – il mio mentore dei sei anni più incredibili passati nel mondo della moda e dell’arte, poiché tutto quello che ha brillato e, in parte, brilla ancora oggi, è passato da lì, in via Gesù 12 a Milano.

“Siamo la famiglia Versace” dichiara la sorella Donatella Versace quando dedica la collezione ‘Versace Tribute’ al fratello Gianni, “uniti da un legame più forte del dna, da forza, intraprendenza, coraggio, lealtà e ironia. Il clan Versace abbraccia tutti i membri della mia famiglia allargata: dai clienti, alle modelle/i, i fan, i fotografi, gli stylist, gli amici, gli artisti e tutti le persone che credono che per essere ascoltati sia necessario alzare la testa e far sentire la propria voce”.

Si sente forte e chiara la voce e la forza di Donatella Versace e, a tutt’oggi, quella di quel genio di Gianni – perché geniale lo è davvero stato – quando aveva già capito all’inizio degli anni ‘90 non solo come rendere sempre contemporanea, desiderata, gioiosa, internazionale la moda, ma come comunicarla straordinariamente e farla diventare firma e connessione dell’intero stile di vita, dall’abitare al viaggiare, dalle svariate arti al tempo libero.

Sulle passerelle e ad ogni evento Versace si creava qualcosa di veramente magico, quasi perfetto, tanto da far venire i brividi, far provare un susseguirsi di emozioni e uscirne con la pelle d’oca.

Perché in ‘Casa Versace’ ha sempre regnato tanto e vero talento, straordinaria propensione alla bellezza, infinita costruzione di ogni dettaglio, pazienza e costanza, grande organizzazione ed, anche, guizzi di improvvisazione artistica.

Very Versace.

Barbara Tassara

Immagini della recente sfilata Primavera – Estate 2019 di Versace dello scorso Luglio 2018 nella sede di via Gesù 12 a Milano.





10

COVER STORY

TXT > Barbara Tassara

GRECA E MEDUSA, GRINTA E VISIONE DI DONATELLA VERSACE

Fondata a Milano nel 1978, la Gianni Versace SpA è una tra le più importanti Maison di moda e lifestyle a livello internazionale. Donatella Versace ne è il Direttore Artistico ed incarna inoltre la forza e il coraggio, l'innovazione, propri del marchio che pur rispetta e si ispira alla bellezza classica e ai codici d'artigianalità tradizionali.

Sorella minore di Gianni e Santo Versace, iniziò ad aiutare il talentuoso Gianni nel suo lavoro fin da ragazzina e dal 1997 ha diretto la Maison verso la nuova epoca che unirà il lusso estremo con lo street style.

La Società disegna, realizza e vende il mondo 'Very Versace' a 360°, dall'abbigliamento, agli accessori, gioielli, orologi, occhiali, profumi, arredamento per la casa, tutti firmati dal logo



Ritratto di Donatella Versace.

Collezioni piatti di Rosenthal.

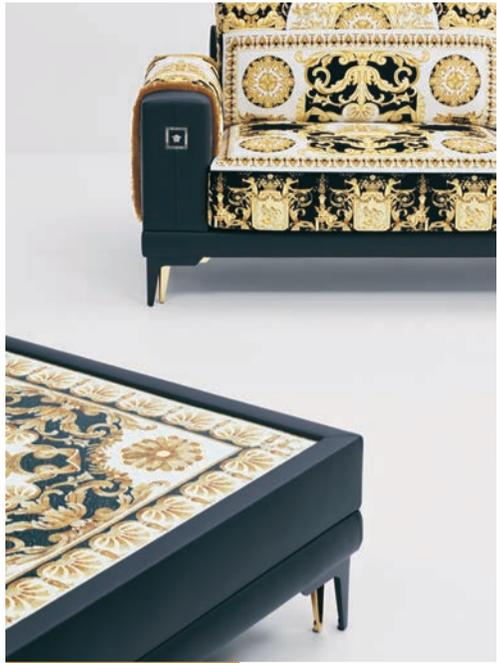


con la Medusa. Nel 2000 ha aperto Palazzo Versace, il primo hotel con il suo marchio lifestyle, un secondo nel 2015 a Dubai e il terzo sarà costruito a Macau in Cina.

Recentemente sancito l'accordo con Blackstone per l'espansione societaria cui partecipa anche Allegra Versace Beck, nipote di Gianni Versace, e in sede di amministratore delegato, Jonathan Akeroyd.

Versace non è solo moda dunque ma uno stile di vita, il suo universo creativo ha da sempre avuto confini molto vasti, ed è

Location della sfilata
Versace Autunno-Inverno
2018/2019.



Versace Home Collection.



Collezione Versace
Autunno-Inverno
2018/2019.



stato fonte di ispirazione per le giovani generazioni e i nuovi talenti, che Donatella Versace ha sempre sostenuto, fra i quali, ad esempio, Christopher Kane e Anthony Vaccarello, con i quali ha collaborato.

'Fashion Icon e Talent' essa stessa, la designer è anche Vice Presidente della Gianni Versace SpA., responsabile della visione d'insieme e della crescita globale, oltre alle collezioni di sfilata.

L'anima lifestyle del marchio festeggia con il colosso Rosenthal il 25° anniversario di collaborazione, partnership che ha visto la nascita di molte delle raffinate porcellane arricchite con stampe iconiche Versace, e lancia una edizione limitata di venticinque piatti e set da thé incisi con venticinque leggendari decori.

Ed anche in passerella, i temi e le stampe del prossimo Autunno-Inverno 2018-2019 tributano il passato, fra formalità e sensualità, spirito manageriale e piglio da rockstar, dedicati a uomini e donne che si fanno certamente notare, per individualità e spirito ribelle ma anche senso d'inclusione e unione, amore per il bello lussuoso ed oggi anche sportivo.

Come ben rappresentano le nuove iconiche sneaker Versace, la linea 'Chain Reaction', per uomo e donna, caratterizzate da un'appariscente suola a catena e suola extra-large, identificative Versace nei colori, nelle fantasie, nei dettagli e nella firma 'motivo a greca' e da una Medusa.

Collezione Versace
Primavera-Estate 2019

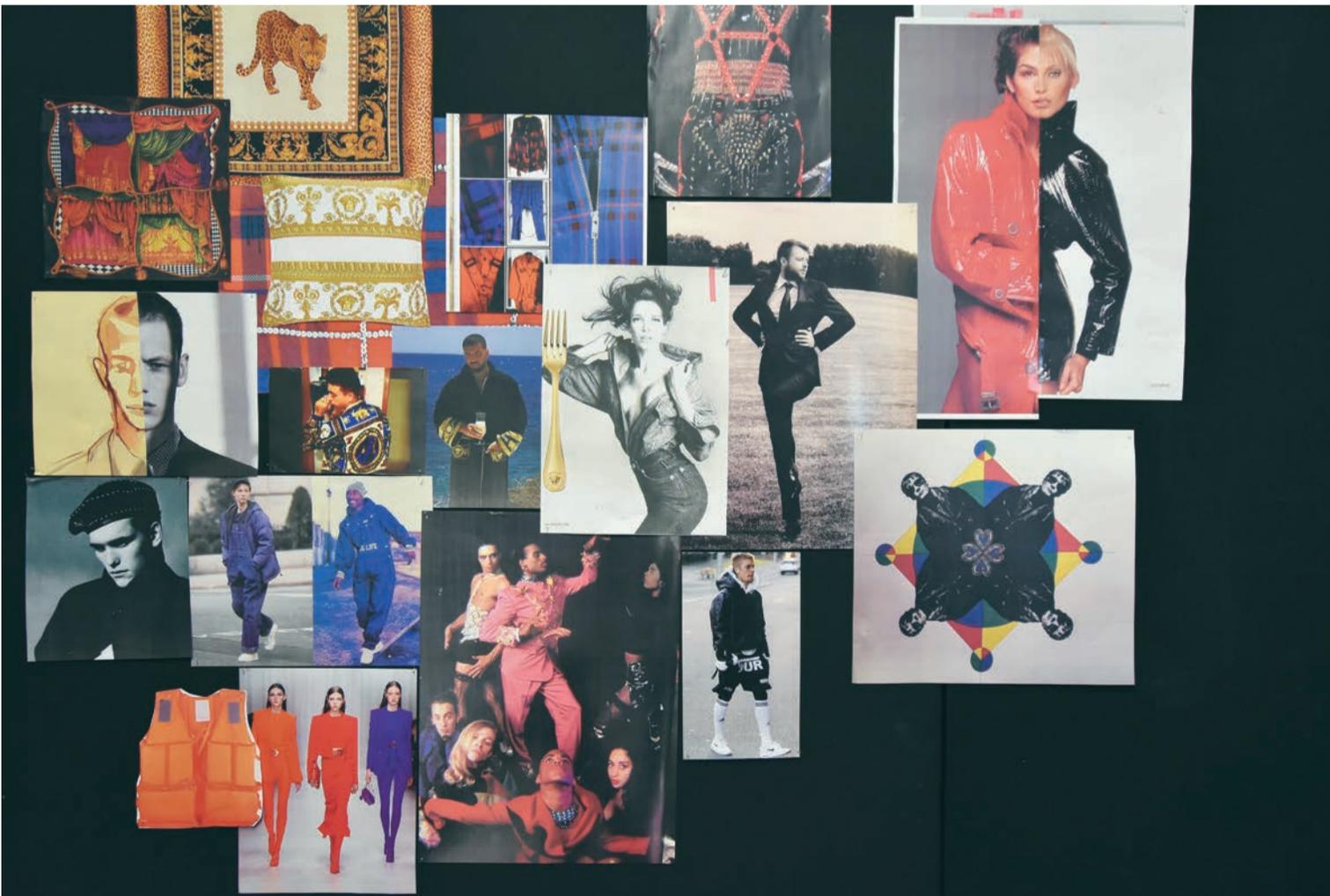




Collezione Versace
Primavera-Estate 2019



Sneakers linea
'Chain Reaction!'



CALVIN KLEIN JEANS

DIRETTA DA RAF SIMONS

Calvin Klein Jeans, guidata dal direttore creativo Raf Simons, celebra la cultura giovanile con le immagini della campagna Autunno-Inverno 2018-2019 realizzata dal fotografo Willy Vanderperre. Un ampio cast di 36 modelli e talenti indossa il mondo denim del marchio e il suo spirito collettivo, ben rappresentato dall'enorme cartellone 'umano' sul quale essi interagiscono. Parte del guardaroba #MyCalvins, la trucker jacket, la camicia western e i mitici jeans, rielaborati con dettagli patchwork, grafici, color-blocking e artistici.



CALVIN KLEIN JEANS
#MYCALVINS



CALVIN KLEIN JEANS
#MYCALVINS



CALVIN KLEIN JEANS
#MYCALVINS



CALVIN KLEIN JEANS
#MYCALVINS



CALVIN KLEIN JEANS
#MYCALVINS

LE CAPSULE COLLECTION DI DIESEL RED TAG PROJECT

Diesel Red Tag Project è la nuova piattaforma incubatrice di ospita capsule collection firmate da stilisti e artisti influenti che reinterpretano in maniera audace e coraggiosa i prodotti più rappresentativi di Diesel, denim e sportswear compresi. Primo protagonista, **Shayne Oliver**, in precedenza parte della rivoluzionaria etichetta di New York Hood By Air, con dei look di design, incluse giacche ritagliate e squadrate, accompagnate da pantaloni in denim non convenzionali. La collezione è curata e distribuita da Tomorrow London LTD.



Photo Note	June 11, 2018
Milan	
9.30 - 19.00	



Photo Note	June 11, 2018
Milan	
9.30 - 19.00	



Il secondo progetto di Diesel Red Tag Project è a cura dello stilista **Glenn Martens** di Y/Project, una reinterpretazione di capi volutamente imperfetti, fortemente riconoscibili dal fatto che ognuno li gestisce a proprio modo. I pezzi si ispirano ai capi basilari del guardaroba, con errori consapevoli, come l'orlo di una gonna o il punto vita di una giacca, sette taglie più piccole, cuciture sono abbottonate fisse - quindi si deve proprio entrare ed uscire dal capo - senza taglie definite e discriminazioni di genere. La gamma di Martens comprende pantaloni cadenti, giacche deformate, voluminosi giubbotti, denim versatili.



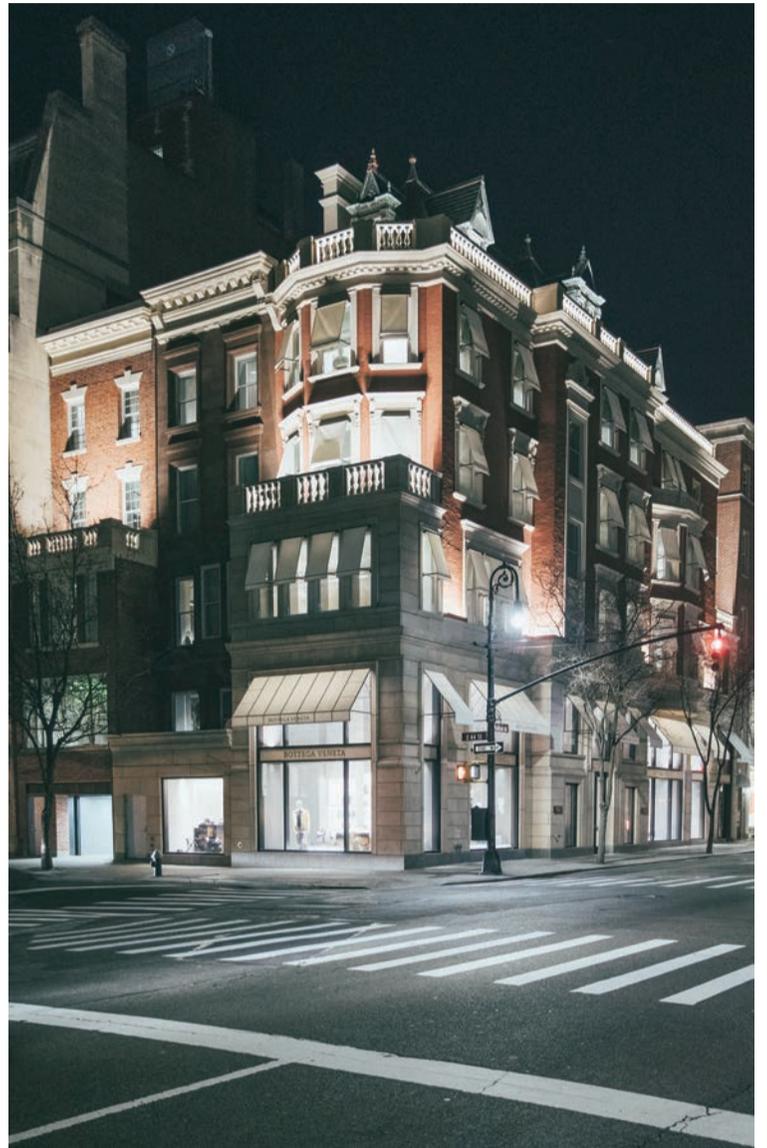
BOTTEGA VENETA MAISON A NEW YORK

Bottega Veneta apre la sua terza Maison a New York, il più grande spazio al mondo su 1.400 mq, situata nel quartiere storico dell'Upper East Side al numero 740 di Madison Avenue. I tre palazzi ottocenteschi che riunisce in un unico indirizzo alternano luoghi riservati e discreti a locali ampi e spaziosi, dedicati alle collezioni di abbigliamento uomo e donna, accessori, e il nuovo concept denominato 'The Apartment', in cui sono esposte le collezioni Furniture ed Home, arredato come una casa privata.

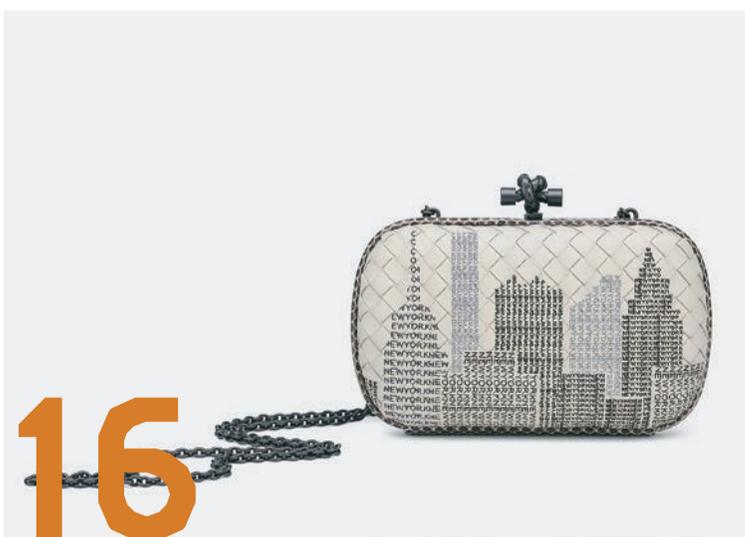
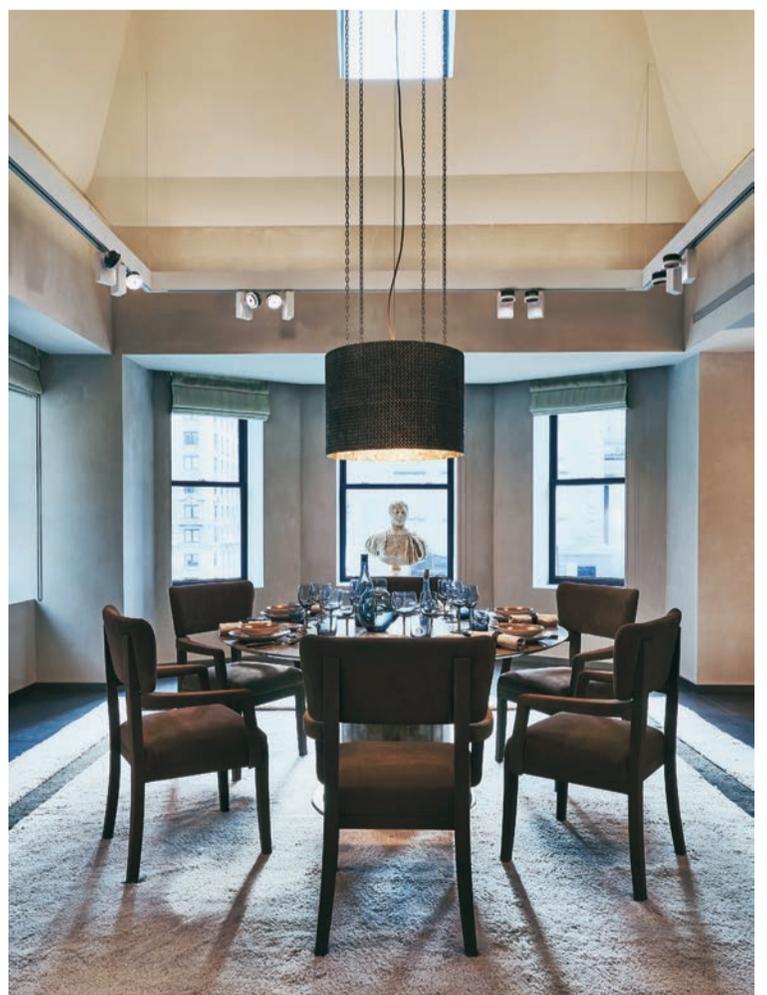
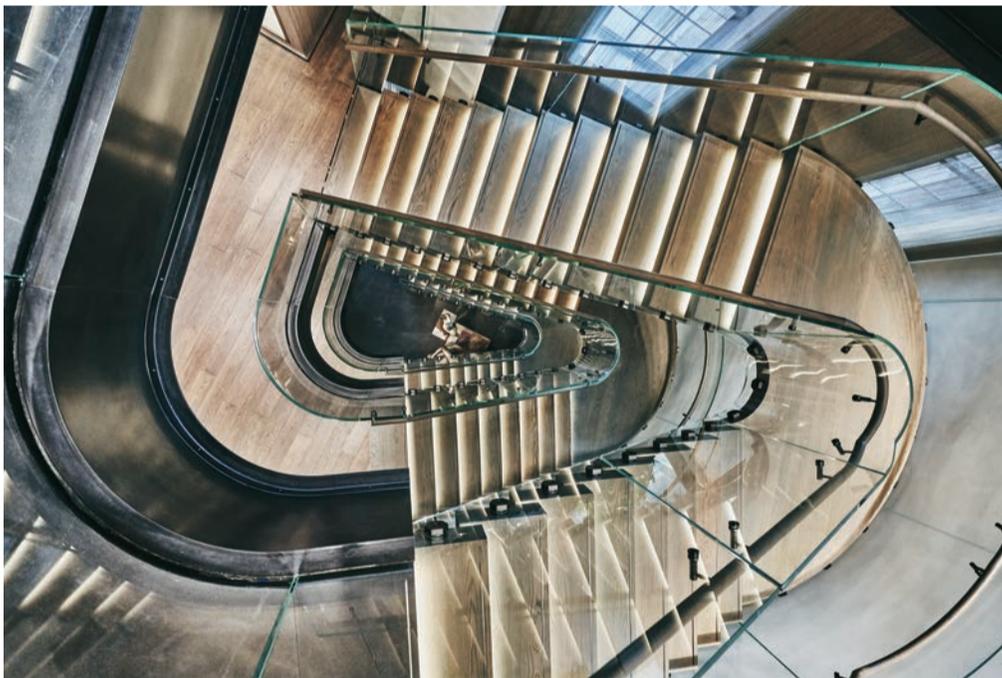
Arte, libri, installazioni ed esposizioni si susseguiranno per dare vita ad un indirizzo speciale nel panorama newyorkese.

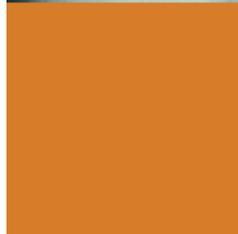
Come per le Maison di Milano e Beverly Hills, aperte rispettivamente nel 2013 e 2016, il design trae ispirazione dall'architettura del luogo dove risiede e riporta quindi gli emblematici grattacieli di Manhattan, leitmotiv anche della mini capsule dedicata 'Icons of New York', e ruota attorno l'imponente scala che collega i quattro piani.

Per l'importante evento della Maison, la collezione Autunno-Inverno 2018-2019 ha sfilato in città un guardaroba ricco di trame inaspettate e colori unici, capolavori artigianali dedicati al turbinio sfaccettato della vita metropolitana, incluse le indispensabili fughe verso la campagna e la serenità della propria casa. Dai party alle serate più rilassate, l'estetica e l'interiorità dialogano e si combinano con precisione geometrica e intuizioni artistiche.



Maison Bottega Veneta
New York.





Look di passerella
Autunno-Inverno
2018/2019.

ETRO: 50° ANNO DALLA FONDAZIONE



Il 1968 è stato l'anno di fondazione della maison Etro, cinquanta anni da festeggiare con la mostra iconica 'Generation Paisley' in programma a Settembre 2018 a Milano e speciali capsule collection intervallate alle consuete collezioni Uomo e Donna. In attesa del guardaroba femminile di Veronica Etro, la moda maschile di Kean Etro anticipa i riferimenti agli anni Sessanta e Settanta, rieditati con design contemporaneo ed un'attitudine streetstyle.

Il motivo Paisley caratteristico del marchio diventa psichedelico, tono su tono o a contrasto, con grafiche e lettering stampati su T-shirt, felpe, maglie e accessori

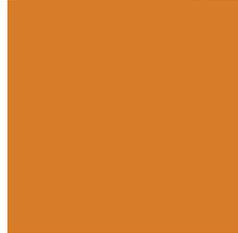
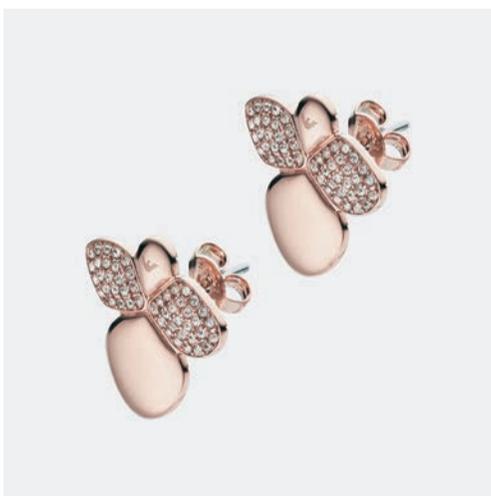
Il cuore del guardaroba maschile della prossima stagione è ricercato e ecologico, con materiali leggeri e sostenibili, talora stropicciati e croccanti, dall'origine curiosa: pianta di ortica, iuta, canapa, rafia, palma; filati come arazzi e tinte naturali come barbabietola, caffè, thè verde.

Motivi floreali e bambù si aggiungono ai ricami e patchwork e alla fauna tropicale.



EMPORIO ARMANI COLLEZIONE GIOIELLI 'MODERN GARDEN'

'Modern Garden', la collezione gioielli di Emporio Armani, si ispira a elementi naturali come fiori, petali, libellule, volatili, stilizzati con delicato design, fusione perfetta di cristalli, metalli, pietre e finiture opache. Collane e bracciali, orecchini e anelli, esprimono romanticismo e giocosità, monili nati da un giardino che incanterà le giornate della stagione. La parure 'Caged' racchiude il tutto in gabbie vintage dorate mentre 'Bejeweled' prende ispirazione dalle caramelle. In vendita su Armani.com e nei negozi Emporio Armani.



BRUNELLO CUCINELLI, 40 ANNI DI CASHMERE, UMANESIMO E FILOSOFIA

Borgo Solomeo in Umbria sede di Brunello Cucinelli spa



Ideate in un luogo amabile e amato, il Borgo di Solomeo in Umbria, le collezioni Brunello Cucinelli festeggiano quest'anno il quarantesimo anno. Per il 65° complean-

no del fondatore e imprenditore umanista Brunello Cucinelli l'antica tradizione artigianale produttiva, è oggi raccontata in un libro - edito da Treccani - che racchiude

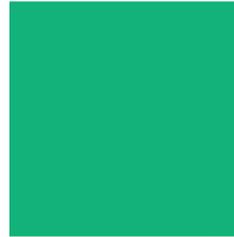
moda e stile di vita, ideali e ricordi, dedicati agli addetti del settore, alle amate figlie e a tutti i giovani. Un intero 'progetto bellezza, tra cashmere e filosofia, campagna, vigneti, uliveti, girasoli, cantine e opere d'arte, per un'azienda di fama internazionale e un marchio italiano del lusso più noti al mondo. Nella collezione Brunello Cucinelli Autunno-Inverno 2018/19 ci sono le proiezioni nel futuro e gli echi folk primordiali che convivono con disinvoltura. Il vestire è come una alchimia individuale che si nutre di ispirazioni dal mondo in continua evoluzione ma anche reinterpretazioni dal passato. L'eleganza del brand è sobria e mai rigo-

Ritratto di Brunello Cucinelli





rosa, libera ed ironica, e pone in primo piano quotidianità e comfort, ingredienti fondamentali dello stile personale. Linee morbide e rilassate, cura dei dettagli, ispirazioni sartoriali al passo con i tempi ed influenze 'sporty', con il mondo denim e workwear in citazione costante. Le note naturali sono le tonalità preferite accese dai colori vivaci connessi con l'affascinante natura. Ma è nella lavorazione materica che si esalta la massima espressione di tutte le collezioni, il meglio del meglio per pellami, filati, e perché no, contaminazioni tecnologiche.



Collezioni Uomo e Donna Autunno-Inverno 2018/2019



PRADA INVITA I DESIGNERS

PRADA Invites

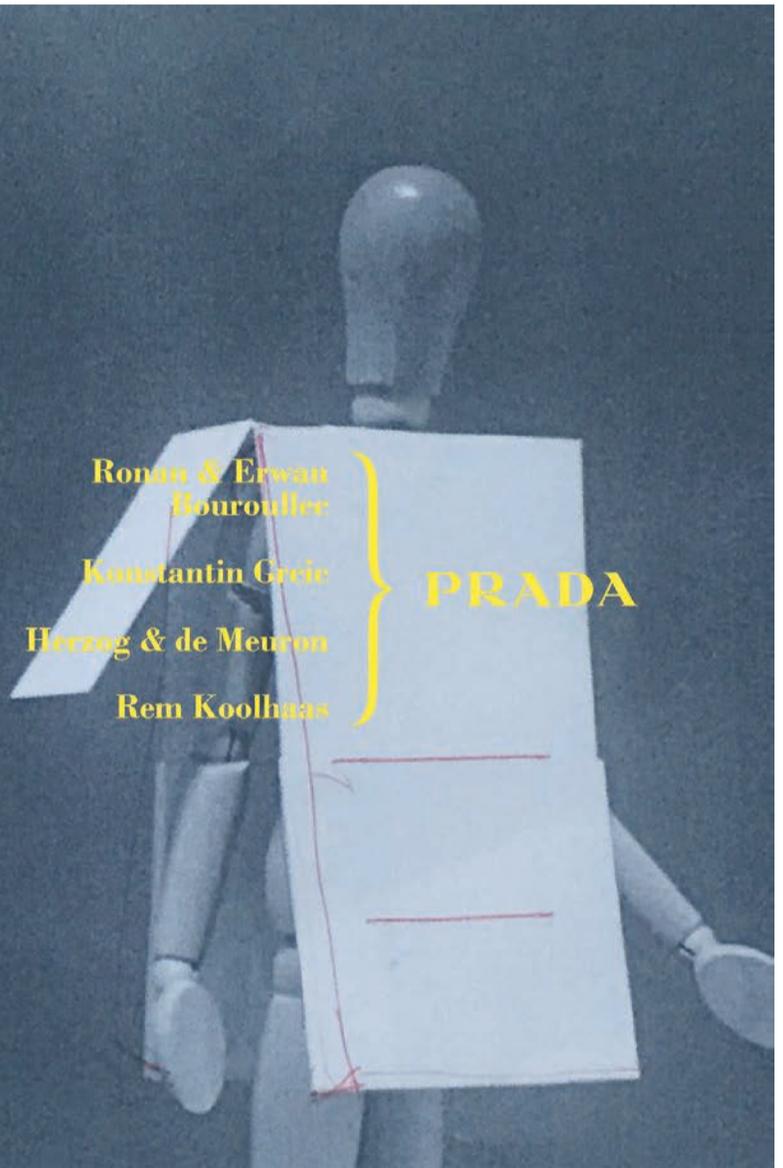
Rem Koolhaas

BLACK
NYLON



Ronan & Erwan
Bouroullec
Konstantin Grcic
Herzog & de Meuron
Rem Koolhaas

PRADA



PRADA Invites

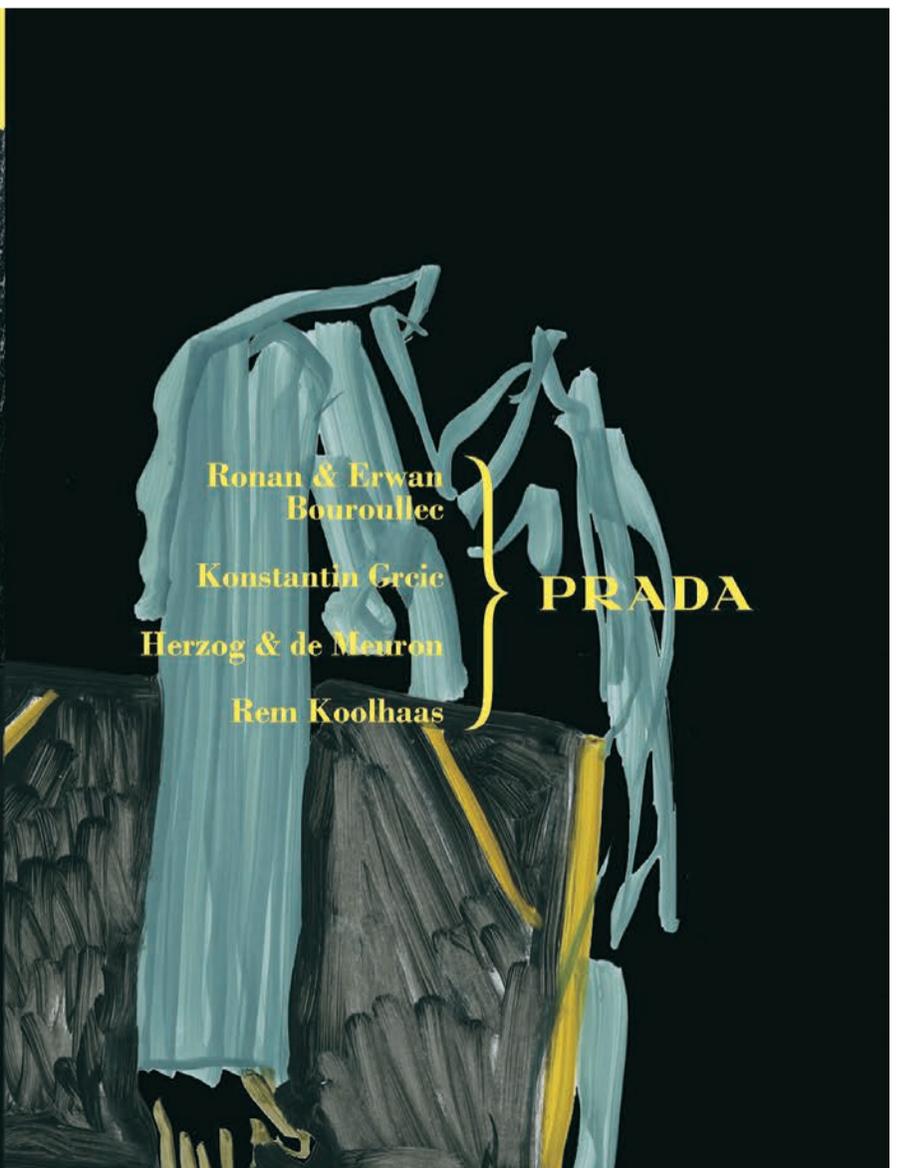
Ronan & Erwan Bouroullec

BLACK
NYLON



Ronan & Erwan
Bouroullec
Konstantin Grcic
Herzog & de Meuron
Rem Koolhaas

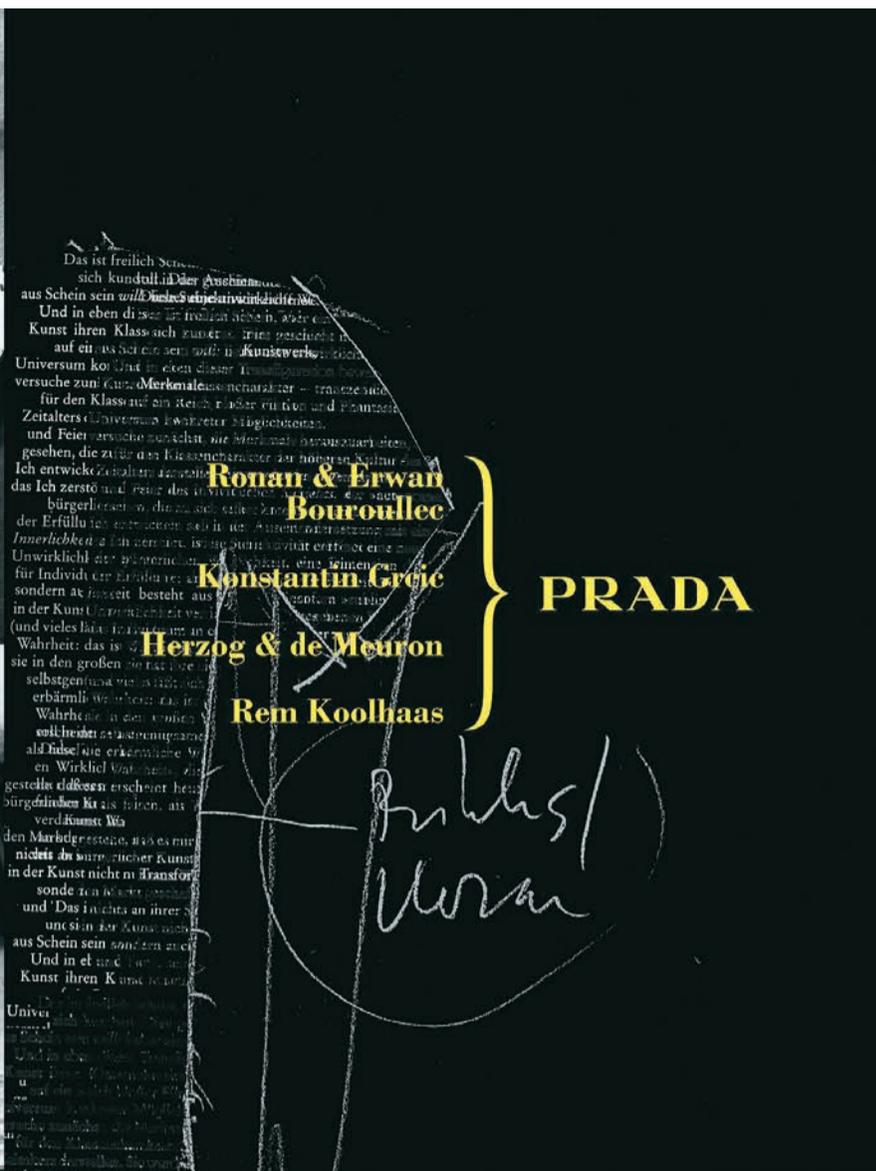
PRADA



PRADA Invites

Herzog & de Meuron

BLACK
NYLON



PRADA Invites

Konstantin Grcic

BLACK
NYLON



La campagna pubblicitaria “Prada Invites” esplora il processo creativo del progetto, chiamando e rappresentando la collaborazione come un’interazione dinamica tra gli autori che lo creano. Archistar del design, Ronan & Erwan Bouroullec, Konstantin Grcic, Herzog & de Meuron e Rem Koolhaas, rispondono secondo la loro estetica architettonica e plasmano il tessuto - l’iconico Prada Black Nylon - come fosse un prodotto di design.

Il risultato emerge da collage di bozzetti, campioni, elementi sovrapposti, che rivelano i metodi e lo stile degli architetti, le loro ricerche poetiche, pratiche, tecniche ed estetiche.

Presentati per la prima volta durante la sfilata Prada Uomo e Donna Autunno/Inverno 2018-2019, i prodotti “Prada Invites” sono disponibili in selezionati negozi Prada nel mondo.

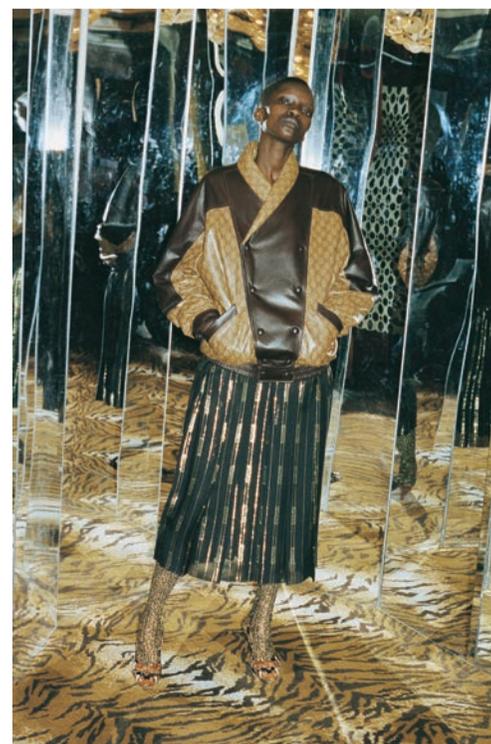
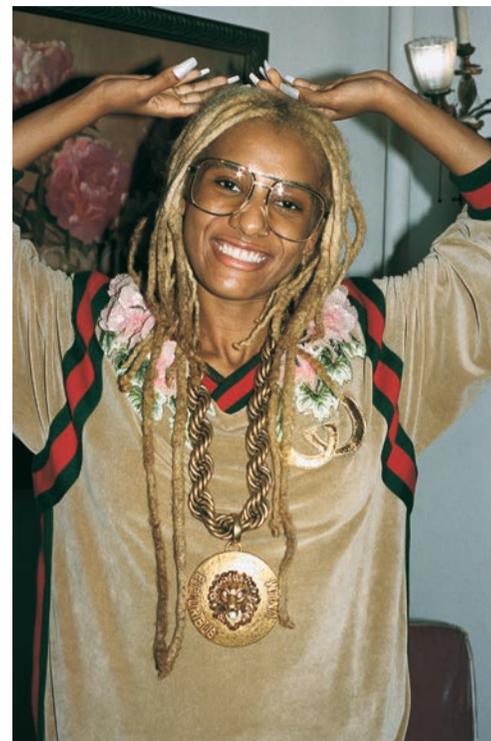
GUCCI-DAPPER DAN COLLECTION

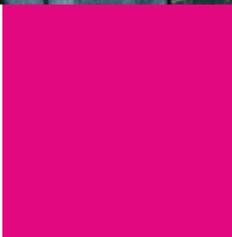


Gucci lancia in anteprima 'Gucci-Dapper Dan Collection' che è disponibile su gucci.com e in selezionati flagship store in tutto il mondo. Gli scatti del fotografo Ari Marcopoulos si ispirano all'estetica originale degli anni '80 nelle strade di Harlem, a

New York, con i pezzi personalizzati appositamente da Dapper Dan. Protagonisti del guardaroba che rende omaggio al celebrato couturier di Harlem, un gruppo di modelli e di giovani ragazzi del quartiere.

Negli anni '80 e nei primi anni '90 Dapper Dan, al secolo Daniel Day, aveva attirato una cerchia di clienti entusiasti che frequentavano il suo negozio sulla 125ma strada con capi esclusivi e audaci creati per le star dell'hip-hop, i 'pezzi grossi' del quartiere e gli atleti famosi.





La collezione Gucci-Dapper Dan, pensata dal direttore creativo Alessandro Michele, reinventa il genere di capi sportivi e le giacche di lusso realizzate negli eccezionali materiali, serigrafie, disegni e loghi Gucci. Denim, pelle, nappa, velluto, jersey di cinghia, nylon, tela, in tinte tipiche del periodo così come volumi e vestibilità.

Dapper Dan ha inoltre riprodotto sui capi d'abbigliamento (per la gran parte unisex), sugli accessori e sui gioielli la scritta 'E Pluribus Unum', che in latino significa "Dai molti, Uno", motto degli Stati Uniti d'America, stampata anche nel Gran Sigillo USA, sulle monete e sulle banconote da un dollaro.



RENÈ E SIMONE THION DE LA CHAUME-LACOSTE

Il famoso marchio del coccodrillo Lacoste festeggia l'85° Anniversario di Lacoste, fondato dai due campioni René e Simone Thion de la Chaume Lacoste, compagni di vita. Capi ideati per lo sport e la club House, unisex e funzionali, dalle linee essenziali e atemporali. Un successo che si espande negli anni '80 e '90 quando il casual basico diventa parte dell'abbigliamento quotidiano. Per questa celebrazione, si racconta una particolare storia, quella della fondazione del campo da golf di Chantaco a Saint-Jean-de-Luz, vicino ai terreni di famiglia, per cui durante la seconda Guerra vennero piantati 50.000 alberi, con i lavoratori assoldati al sicuro dall'essere reclutati per l'arruolamento.

Ed è proprio in questo luogo verde di Francia che è stata presentata una delle ultime collezioni del marchio. In guardaroba, maglie oversize, k-way parka e giacche a vento reversibili, polo iconiche, camicie contemporanee, pantaloni sport-chic, abitini, felperia.

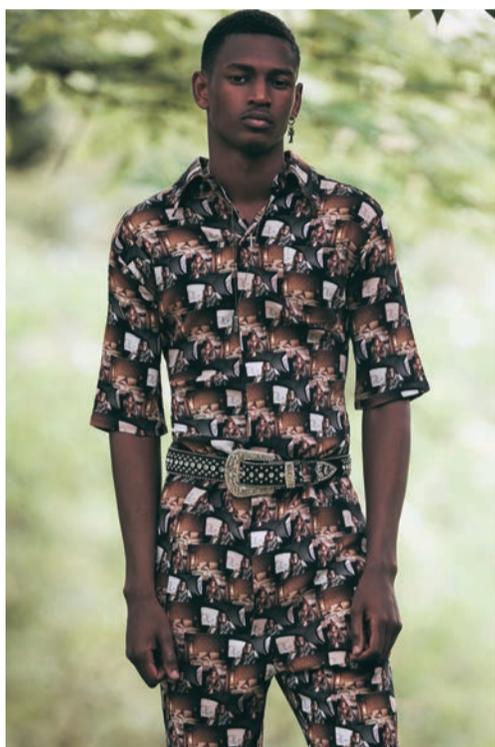
L'impatto è grafico, in color block, talora con fantasie e lettering, quadri, disegnato per soddisfare le esigenze di una nuova eleganza urbana minimalista e funzionale. Facili da piegare, trasportare o indossare, i pezzi contano su un mix di materiali naturali e tecnici, waterproof, anti-piega e stretch, senza limitare la libertà dei movimenti. Ispirati dai giochi del tennis e del golf, dalle esigenze d'allenamento generico, dal tempo libero e dalle varie attività cittadine e fuoriporta.

'TRIPLE RRR' DI ROBERT CAVALLI

Figlio di Roberto e Eva Cavalli, Robert Cavalli ha studiato in Inghilterra e si è diplomato in una prestigiosa scuola di Londra e ha fondato il suo nuovo marchio di moda 'Triple RRR'. Guardaroba urbano e versatile che combina lusso e artigianalità nostrane alla grinta underground londinese.

Collezioni che appartengono fortemente al suo dna ed al contempo risultano personali al suo codice stilistico. Giocando con il cognome Cavalli - che in inglese si traduce in 'horses', con lo slogan 'vote for Eva' in onore della madre, con foto ritratte dei genitori declinate in stampe all'over,

alternativa ai motivi chic animalier. Tessuti importanti, decori dandy, grinta rock e loungewear si vestono senza sforzo e in modo spontaneo. I colori sono intriganti e caldi, anticonvenzionali e voluttuosi sugli abiti formali, perfetti per il nightwear.



IL 'GIOCO D'AZZARDO' DI FENDI



Logomania e motivi, moltiplicati sulle superfici degli abiti e degli accessori. La firma con doppia FF, anagrammi, demoni e serpenti, carte e dadi, personalizzano un guardaroba performante: impermeabili, giubbotti, pantaloni sartoriali, camicie, short, polo trasparenti. Il tocco sportivo è anche nei dettagli, ricchi di nastature e punzonature, e negli accessori, con buste e marsupi organizer, sandali sneaker e mocassini hightech.



IMPECCABILE NONCHALANCE DI GIORGIO ARMANI

Guardaroba impeccabile eppur indossato con naturalezza e scioltezza contemporanee. Il doppiopetto è protagonista della collezione e diventa versatile, declinato in vari tessuti e fantasie, morbidamente formale o sportivo che arriva persino in spiaggia. Abbinato al gilet, a maglie artigianali e pantaloni fluidi, nelle tonalità chiare che vanno dai neutri ai grigi, oppur econ accenti di turchese, giada, sabbia e pastelli polverosi.

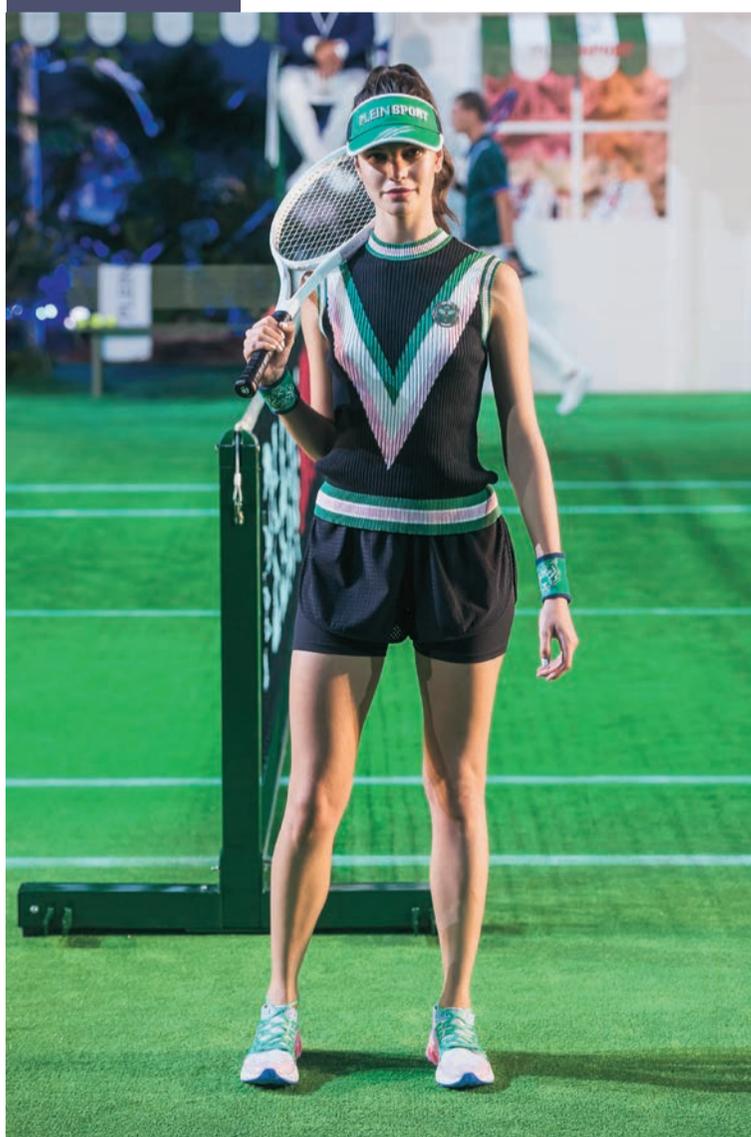


PLEIN SPORT SPECIALE TENNIS CLUB



Plein Sport – il marchio sportivo di Philippe Plein – disegna un guardaroba atletico ispirato al gioco del tennis e ai Tennis Club. Racchette alla mano, in gioco e nelle pause del tempo libero, le nuove icone sportive incarnano le qualità del famoso gioco: determinazione, concentrazione, grinta, eleganza. I pezzi chiave includono giacche e giubbetti leggeri, felpe, tute, maglioni con scollo a V, polo chevron, shorts al ginocchio e – per le ragazze – abitini e minigonne a pieghe. I look si completano con fasce, visiere e polsini, sacche, costumi, sneakers e naturalmente le racchette con lo speciale emblema 'Plein Sport' rappresentato questa stagione da due racchette da tennis incrociate. Materiali tecnici, traspiranti, nella tavolozza predominante di verde, bianco blu scuro e rosso. La collezione verrà distribuita in oltre 40 negozi monomarca in tutto il mondo. Inoltre, Philipp Plein avrà proprio dal 2019 una nuova partnership come sponsor moda ufficiale della squadra AS Monaco Football Club.

Paris Hilton e Philippe Plein alla sfilata Plein Sport Primavera – Estate 2019

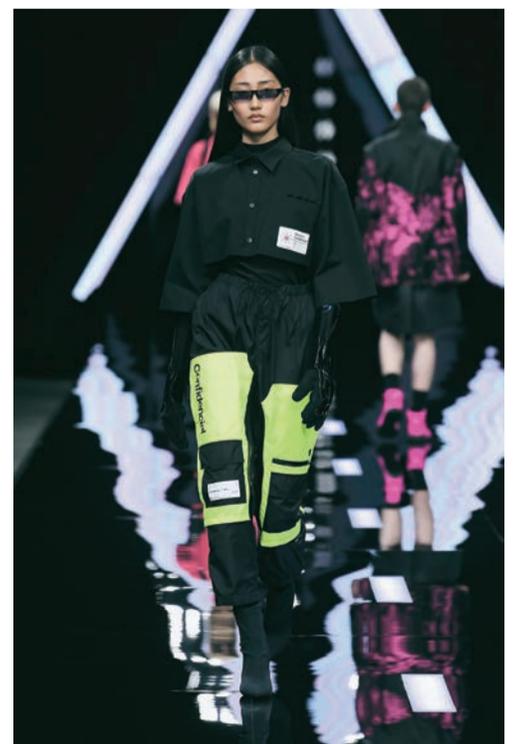


COUNTY OF MILAN, SPACE STREET STYLE

Sportivo e urbano, il tema della collezione Primavera – Estate 2019 del marchio di Marcelo Burlon si adatta ad abiti urbani di nuova generazione. Sovrapposizioni ed accorgimenti tecnici formano i look composti da parka mantelle paracadute e k-way, felpe con cappuccio, camicioni, gilet, bermuda, jeans usurati, pantaloni active. I colori sono fluorescenti e vitaminici su base bianca e nera, con dettagli di rete, tasconi e finiture hightech. Capsule di stagione dedicata a Steven Spielberg e gli 'Incontri ravvicinati del Terzo Tipo'. Fondamentali gli accessori, coi quali ha stipulato valide collaborazioni: gli occhiali da sole prodotti da Linda Farrow, zaino gymbag e marsupio con Eastpak.



Marcelo Burlon
designer di County of Milan



Il brand britannico, moderno e senza tempo, sfila per la prima volta Milano le sue silhouette cosmopolite e disinvolute, mescolando il mondo sportivo stratificato con l'eleganza perbene. Giacconi, trench, giacche abbinata a tute, pantaloni, abiti e gonne costruite fra classicismo sartoriale di Saville e sportswear. Colori, pattern e patchwork si combinano con gli accessori dal fascino retrò.



STELLA MCCARTNEY UOMO E DONNA, SFILATA A MILANO





AALTO 999, FASHION RUNNERS



Nella quotidianità del mondo fashion odierno vi è la cultura dello sport, e la corsa è fra tutti, l'attività più diffusa. Tanto che anche le modelle di AALTO hanno sfilato marciando a passo veloce il guardaroba proposto per la stagione estiva. La moda è diventata sport e lo sport è diventato moda, mezzo per esprimere sè stessi ma anche per evadere dalle attività sedentarie giornaliere. '999' è il titolo scelto, ideale numero di pettorale indossato dalle atlete che indossano un design lineare e al contempo drappeggiato, quasi increspato, dai tagli cubici e sensuali. L'artista svedese Joakim Ojanem ha dato una carica di stravaganza alle proposte.



ICEBERG ALLA LONDON FASHION WEEK



Sfilata e street parade per le strade di Londra per il brand Iceberg, affidato dal 2016 alla creatività di James Long. Lo show itinerante ha sfilato 40 look uomo e donna insieme, per un luxury sportswear cosmopolita fatto da giacche e giub-

botti, maglie super tecniche, denim, pantaloni e gonne sporty, impattanti nei colori e nelle grafiche, spiritosi con le stampe dedicate ai Peanuts e alla Pantera Rosa. Italian Pop con cartoon e logomania.





MOSCHINO CIRCUS A LOS ANGELES

L'evento Uomo e Donna Primavera-Estate 2019 di Moschino ha sfilato a Los Angeles acrobati, artisti circensi, domatori, sotto la guida creativa del direttore Jeremy Scott. Un tripudio multicolore di completi arlecchino, lurex, animalier, fantasie floreali e glitter, quasi cinematografici. C'è voglia di sorridere, di essere super eroi ironici che non si prendono troppo sul serio, tutti funamboli in equilibrio dello spettacolo che viviamo ogni giorno.



080 BARCELONA FASHION



La 22ª edizione di moda spagnola svoltasi a Barcellona per le collezioni Primavera-Estate 2019 ha visto sfilare il meglio del design catalano nella cornice del Recinte Modernista di Sant Pau. Premiati come miglior marchio emergente, Mans Concept, e come 'Best Collection' la collezione "The Sea" di Antonio Miro.

Ospite speciale della edizione, il mitico André Leon Talley, editore per le riviste Vogue US, Interview, New York Times e W, in prima linea da oltre 25 anni nella moda internazionale, con il suo documentario autobiografico "The Gospel according to André" diretto da Kate Novack.

A destra, Xavi Fernandez e la sua collezione 'Fifteen Minutes Fame' ricorda gli anni d'oro dei disco-club, i fascinosi look di celebrities e artisti e di tutta l'ondata bohemian di nuovo gran moda adesso. A sinistra, Oscar Leon, disegno industriale e romanticismo giocoso, un mix personale e inedito che inneggia allo spirito semplice della vita e al piacere della condivisione amorevole.



Miriam Ponsa si ispira alla figura di Martin Luther King e con 'I have a Dream' disegna forme decostruite e incomplete, pezzi metaforici di un processo di creazione vivente.





A sinistra e subito sotto, Brain Et Beast aprono a Barcellona nel 2010 per mano di Àngel Vilda una serie di capsule collection proposte come giochi, enigmi, geroglifici, equazioni complesse, in cui colori e materiali formano parti di codici in cui nulla è casuale. A Destra, La ditta Antonio Miro vanta oltre 35 anni nel settore e veste uomini e le donne con un proprio senso del design. Arte, cinema, musica e architettura permeano le collezioni del marchio e questa edizione il suo direttore creativo, Albert Villagrasa, vince il premio 'Best Collection' di O80 Barcelona Fashion.



Appena sotto, Custo Barcelona, creato all'inizio degli anni '80 dai fratelli Dalmau, Custo e David, sfila una moda innovativa e piena di colori, audace e sofisticata. Che diventa ben presto uno stile di vita riconoscibile nel mondo, per uomini e donne alla moda. In basso, Mans Concept è un nuovo brand di estetica d'avanguardia nel guardaroba maschile che prende spunti dalle culture giovanili urbane, dallo streetstyle e dalla musica contemporanea, realizzata con tecniche sartoriali.



Il neonato marchio Killing Weekend ha un carattere tutto suo; capi semplici e confortevoli che scommettono su un prodotto di qualità realizzato in collaborazione con aziende locali.



Look di passerella della collezione "Plan B" di Manuel Bolaño, alta sartorialità contemporanea in versione total black.



ANTEPRIMA: ANNI SESSANTA SPORT-CHIC

Moderne silhouette anni Sessanta in passerella per la stagione Primavera-Estate 2019 di Anteprima. Le lunghezze fino ai piedi si mescolano a giochi extra-corti che mettono in primo piano le gambe. La figura è stretta in vita per poter enfatizzare i volumi over strutturati di giubbini, felpe e mini-trench declinati in chiave elegante, traslucente e talora con effetti vedo/non-vedo. Color block, righe, fiori, sono le fantasie che dipingono anche body suit e calzette. Accessori con borse e scarpe 'fun' di ispirazione bowling.



ANTONIO CROCE 'MIRABILIA ITALIAE'

La collezione 'Mirabilia Italiae' sarà la proposta di stagione di Antonio Croce. Un viaggio di stile attraverso le meraviglie dell'Italia, esplorando in particolare i campi italiani pieni di spighe di grano, papaveri e distese di fiori colorati. Il chiodo rimane l'indiscusso protagonista utilizzato anche in volumi 'couture' creati attraverso l'utilizzo di pizzi ricamati e stampati. I colori prenderanno il rosso e verde dei papaveri, l'oro del grano, fino a raggiungere toni più delicati tipici dei fiori da campo.

ANTONIO CROCE
MILANO



SPRING SUMMER 19
Chiodo couture con strascico
realizzato in prezioso tulle
personalizzato
con stampa Papaveri e Spighe

ANTONIO CROCE
MILANO



SPRING SUMMER 19
Chiodo couture con strascico
realizzato in prezioso tessuto
ricamato con papaveri neri e bianchi
e spighe dorate

IL CAPPOTTO SECONDO MAX MARA

L'iconico 'Teddy Coat' di Max Mara, protagonista assoluto delle ultime sfilate del brand, è indossato da celebrities e talents. Ian Griffiths, direttore creativo, ha rieditato dall'archivio degli anni Ottanta il modello giocoso ispirato ai pelouche dei bambini, usando fibre nobili come ad esempio il puro cammello su base di seta. Esuberante nel volume, avvolgente, intimo come nessun'altro capo appoggiato addosso.



ALESSIO SPINELLI, NUOVO DIRETTORE CREATIVO PER FRAGIACOMO

NUOVA NOMINA ALLA GUIDA DELLA DIREZIONE CREATIVA
DI FRAGIACOMO, MARCHIO STORICO DI CALZATURE E BORSE.

“Siamo stati conquistati dallo stile essenziale e raffinato di Alessio Spinelli – dichiara Federico Pozzi Chiesa, presidente della maison – che presenterà la sua prima collezione firmata in occasione di Micam 2018 per la stagione Primavera-Estate 2019. La nostra evoluzione estetica è continua e volta a declinare l'artigianalità in autentici oggetti senza tempo eppure modernissimi. La nostra figura femminile di riferimento è coraggiosa e sicura di sé, amante delle cose belle e dello stile italiano.”

“Alessio Spinelli ha subito fatto suo il dna di Fragiacom – prosegue Pozzi Chiesa – conferendogli un poco di avanguardia stilistica e tecnologia.”

Il nuovo designer ha dialogato con gli archivi e reinterpretato il coté romantico delle scarpe più classiche con un twist punk rock. Così la lavorazione floreale, signature del brand, si unisce a fibbie metal e tomaie total black. E ancora, il tema del fulmine, iconico e ironico, veste modelli 'slingback' o Mary Jane.

La collezione inoltre comprende 30 proposte, dai modelli a soffietto alle bustine, dai colori glam-rock, ideale compendio alla calzatura.

Forte della sua esperienza con storiche maison come Roberto Capucci, Sarli, Gattinoni, Jimmy Choo, René Caovilla, Lanvin e Prada, lo shoe designer punterà sulla bellezza del fatto a mano e sulla qualità di materiali di pregio, uniti alla cura di dettagli innovativi e sorprendenti.



Ritratto di Federico Pozzi Chiesa.



40





Ritratto di Juliette Armanet.

CLAUDIE PIERLOT, UNA STORIA DI STILE RIBELLE

In uscita con la collezione ed una speciale capsule realizzata con la collaborazione dell'artista Juliette Armanet, arriva il libro 'Claudie Pierlot, une histoire de style', dalla fondatrice della Maison e moda degli anni '80 che ha rivoluzionato il guardaroba parigino.

Viaggi, incontri, vita spumeggiante, stile, racchiusi nel prezioso volume bohemian che racconta lo spirito ribelle e la forza coltivata nelle vita e nelle sue vicende parigine.

Per celebrarne la pubblicazione, è nata una capsule collection nominata 'Turn up the volume' sulla base dei suoi capi più emblematici: caban, il collo Claudine, il top blu navy, il trench e gli abitini femminili.

Tutti rivisitati con un gioco di volumi e un pizzico di impertinenza.

India, Giappone, Caraibi, fonti inesauribili di ispirazione, si accompagnano all'arte e al mondo musicale, con cui il brand oggi ha collaborato creando una T-Shirt e una salopette disegnati con Juliette Armanet, cantante del brano famoso "L'amour en solitaire" e della cover del Festival di Cannes 2018 "Le moulin de mon coeur" di Michel Legrand.

Una miscela di creatività, spirito libero e humour, molte le analogie tra l'artista e la stilista che dà nome al brand oggi guidato da The SMCP Group che comprende tre marchi, Sandro Paris, Maje e Claude Pierlot.

La visione di femminilità moderna ed elegante che però rompe le regole prosegue con la supervisione di Vanessa Pierrat e del team creativo interno.

I pezzi indosati di 'Turn up the volume' e della collezione di stagione saranno disponibili nei negozi dal 26 Settembre 2018 e in anteprima online dal 19 Settembre 2018.



AFRO-GIAMAICAN BEAT PER **MISSONI**

La top model americana Gigi Hadid veste la campagna di comunicazione di Missoni insieme al modello francese Yassine Rahal. Gli scatti del fotografo Harley Weir esaltano grafiche, colori e disegni della collezione disegnata da Angela Missoni, costumi multietnici afro-giamaicani. Pose sensuali tutt'uno con l'abito, per mettere in primo piano le straordinarie lavorazioni, le finiture e i dettagli, incontro di patchwork, reti, frange, jacquard e animalier selvaggi, indossati con nonchalance. L'invito è dare carattere all'abito che si porta con la propria personalità e stile, espressione di energia e unicità, sullo sfondo di limpidi e sconfinati cieli azzurri.



MARNI PRE FALL, LO STILE URBANO COUTURE PRIMITIVO

Stile urbano libero da strutture predefinite. Sagome dilatate da tagli couture con una fascinazione per il primitivo. Quadri e fiori tracciati a pennarello, patchwork di materie e colori. Gli abiti e i capospalla sono costruzioni spontanee, un incontro tra pop e romanticismo, cui partecipano anche gli accessori, con scarpe runner, flatform o zoccoli in cavallino, mentre le borse si dilatano nelle dimensioni di una sacca da viaggio.





PALM ANGELS

SPRING-SUMMER 2019

'SPORT SEXY'

CAST DI TALENTI IN UN EMPORIO ARMANI PARTY



Gli scatti artistici della campagna di comunicazione Emporio Armani Autunno-Inverno 2018-2019 sono del fotografo Sølve Sundsbø che ritrae una atmosfera festosa. Stare in compagnia e divertirsi, tutti insieme, ci augura il designer, in un'esplosione di energia fra tavoli e divani di un locale metropolitano che si possono trasformare in palchi per performance ironiche. I protagonisti sono tanti: Aira Ferreira, Dylan Xue, Greta Ferro, Michelle Gutknecht, Sija Titko, Tatum Marchetti, Ysaunny Brito, Aleksandar Rusic, Leroy, Mark Vanderloo, Pepe Barroso, Tae Eun.



PASSIONE ARTIGIANA E STAMPE RAFFINATE PER GLI ABITI DI MAISON CO.GO.

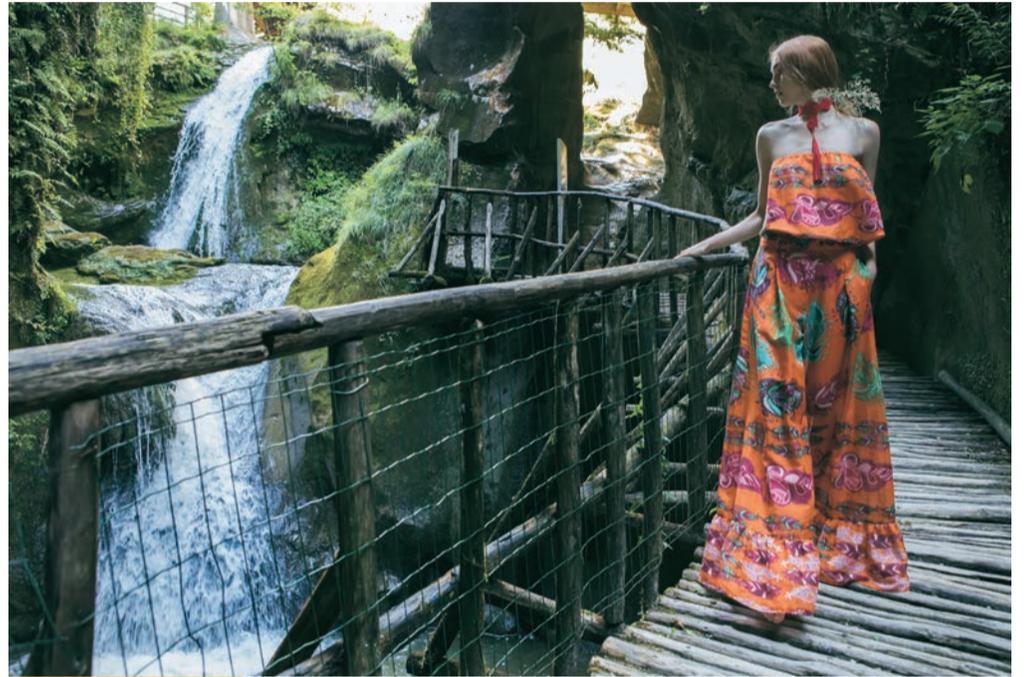
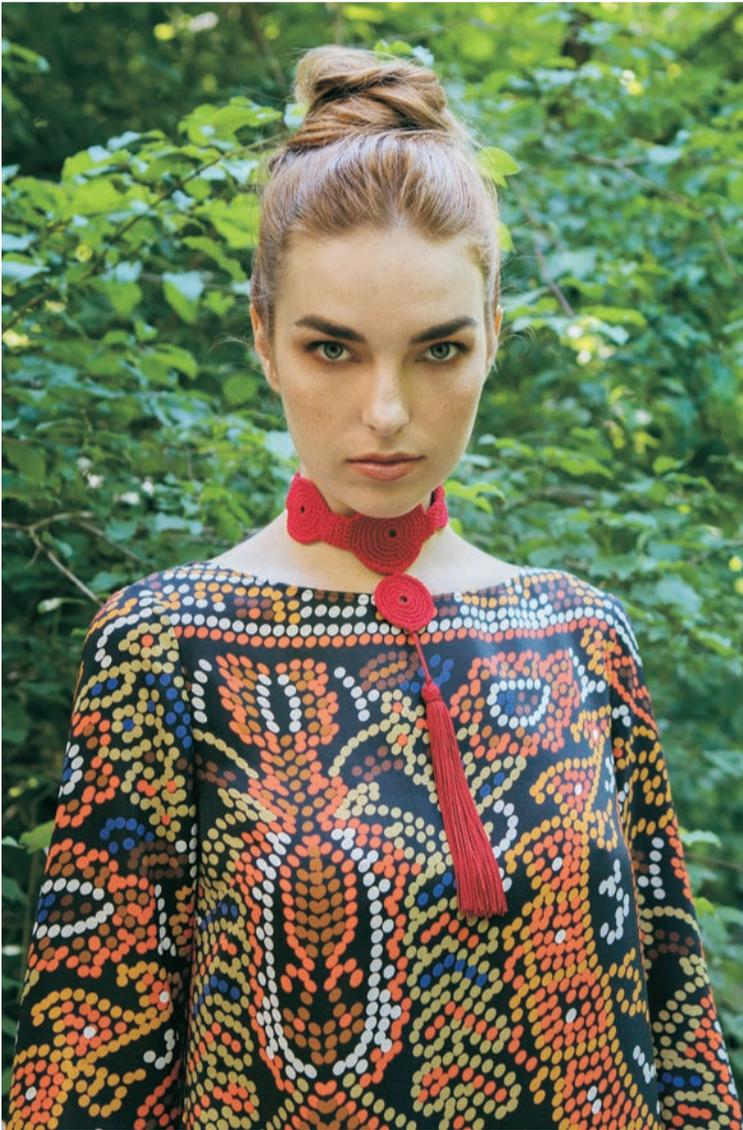
Nasce nel 2013 il progetto di moda ricercata e contemporanea 'Made in Italy' Maison Co.go di Maria Catia Cogo e Susanna Di Filippo. Esperte del settore, scelgono tessuti raffinati e fantasie inedite - utilizzate solo per il brand - e realizzano i capi con devozione artigianale. La stilista Maria Catia Cogo disegna, cuce e prova personalmente ogni pezzo del guardaroba che valorizza con passione la migliore tradizione italiana. Design moderno, volumi femminili ed eleganti, ogni collezione rappresenta una storia affascinante, emozionale e ricca di savoir-faire che racconta la quotidianità delle donne in modo spontaneo e naturale ed allo stesso tempo ricerca pura bellezza e perfezione.

Maison Co.go, prodotta e distribuita da La Fabbrica srl di Thiene a Vicenza, mira a soddisfare le necessità di ogni cliente in Italia e nel mondo. In vendita in selezionate boutique multibrand italiane e in Paesi come Austria, Francia, Germania, Olanda, Russia, Spagna, Israele, Emirati Arabi, Uzbekistan, e in costante espansione commerciale.

Per informazioni, La Fabbrica srl Telefono 0331-4090843 e info@co-go.it.



Collezione Co.Go.
Autunno-Inverno
2018/2019



Collezione Co.Go.
Autunno-Inverno
2018/2019



L'ARTIGIANALITÀ RIBELLE DA TWIN FLORENCE



La designer toscana Linda Calugi firma le collezioni Twin Florence prodotte nell'impresa di famiglia Missardi Spa, dedicate ad una donna cosmopolita che ama l'artigianato fatto a mano. Studio sui volumi e lavorazioni pregiate dei pellami sono i punti di forza anche della prossima collezione Primavera - Estate 2019 dallo stile aviatore. Twins Florence è proporzioni e asimmetrie, rigore classico e vestibilità sovversive, intersecati ai loro estremi.

LE STORIE DIPINTE DI GIULIA ROSITANI

Abiti e salopette lunghi, cappotti romantici, abitati da animali, fiori, alberi e fantasie prima dipinte e poi digitalizzate su stoffa dalla designer Giulia Rositani. Dopo aver maturato esperienza nella Maison Moschino, elabora una sua linea di impatto emozionale e cromatico per raccontare delle storie attraverso il suo lavoro. Capi ironici e sognanti, originali, che prendono forma dalla pittoresca creatività dell'omonima stilista calabrese.





LA LIRICA FASHION DI LYSANDRE G.L.



Prêt-à-couture Lysandre G.L, immaginata e creata dalla designer M.G.Lenoir, per mescolare l'eleganza tradizionale couture ad un design ultra contemporaneo. Nei suoi processi creativi vibra il sentire poetico e le contaminazioni provenienti dalla dicotomia giorno/notte con le proprie tentazioni: romantiche, sfrenate, futuristiche. Abiti leggeri e seducenti, passepartout che grazie a sapienti sovrapposizioni e accompagnati da giacchetti, trench e cappotti, coprono l'intera giornata. Decorati con intricati ricami, preziose trasparenze, morbidi tessuti dalle stampe e colori ipnotici, caldi e intensi.

MRZ, VINCITORE DI WHO'S ON NEXT

Simona Marziali apre il suo brand MRZ, dopo l'esperienza da giovanissima da Gilmar e Diesel, nel 2012 in partnership con l'azienda di famiglia che vanta oltre 40 anni di esperienza produttiva nel settore della maglieria. La collezione MRZ della prossima estate trae ispirazione da biglietti aerei collezionati per raccontare un viaggio, intimistico, visitando il passato, il presente e immaginando il futuro. Moda urbana con richiami al mondo sportivo, con ovunque una eleganza rilassata e ricercata, simbolo della nuova definizione del lusso contemporaneo, prezioso e al tempo pratico. Tessuti e capi maschili fanno incursione nel design del mondo femminile, illuminato da ricercati cromatismi.



VERSUS VERSACE, CONTRASTO BIANCO E NERO

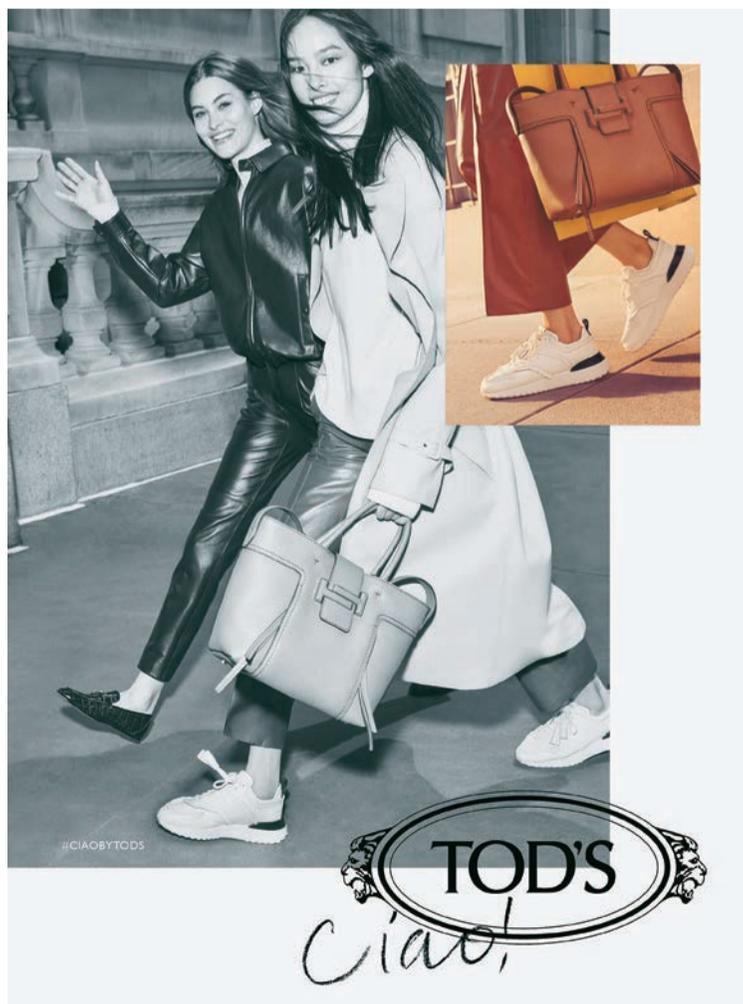
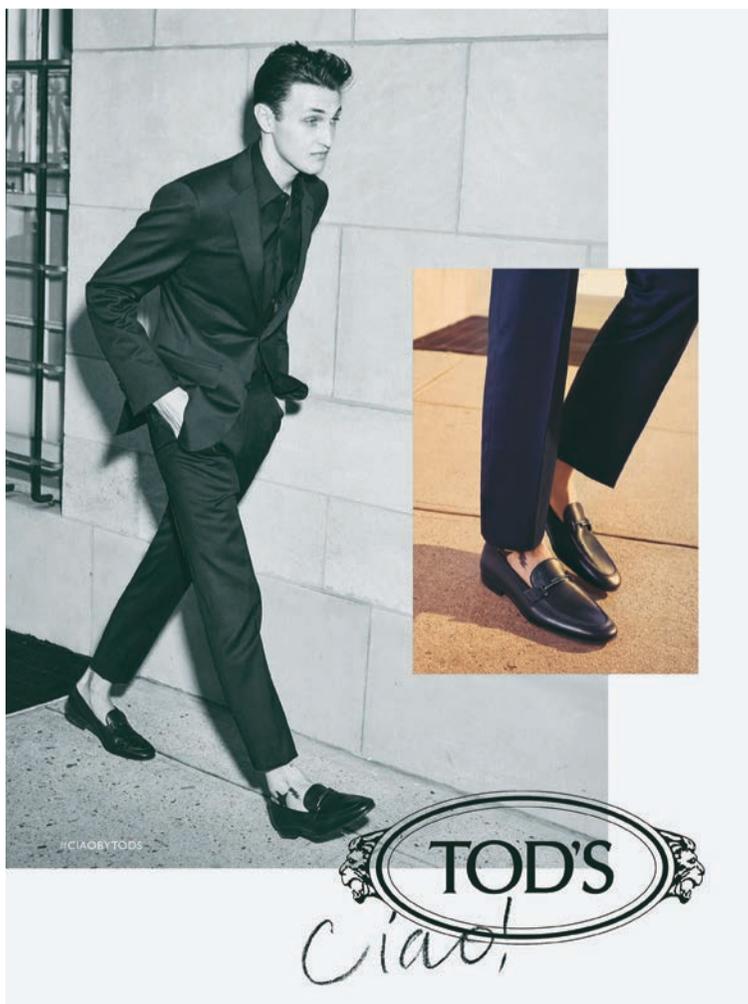


Versus Versace ha carattere e lo esprime con i quadri optical della campagna scattata da Hanna Moon in collaborazione con Eddie Whelan (stylist), Allegra Versace (art director), Jamie Reid (hair styling) e Soichi Inagaki (make up), Thomas de Kluyver (set design), Suzanne Beirne (producer), Lauren Ford (senior project manager). Abiti grafici e high tech portati con stivali alti e le nuove sneaker 'Anatomia'.

CIAO. UN SALUTO DA TOD'S.

La campagna di comunicazione di Tod's Uomo e Donna parte da un gesto semplice e condiviso universalmente. Ciao, il saluto, fatto e ricevuto in ogni angolo del mondo, dove tutto comincia e tutto termina. Il marchio italiano per eccellenza sceglie il suono 'Ciao',

potente e naturale, segno amichevole, catturato dal fotografo Craig McDean. Vari modi di salutare, ritratti insieme al movimento delle mani e a look di stagione che rappresentano l'eleganza del lifestyle italiano.



PRADA IN VIA DELLA SPIGA



Si rinnovano gli spazi del negozio Prada di via della Spiga, a Milano, dedicato interamente alle collezioni femminili. Dalla facciata con gli ingressi su entrambe le vie, Della Spiga e Sant'Andrea, e le ampie vetrine, si introducono i 400 mq su due livelli disegnati e realizzati in esclusiva per Prada. Gli elementi espositivi sono integrati con arredi progettati da Osvaldo Borsani e Giò Ponti, e da produzioni speciali che omaggiano i maestri del design milanese

degli anni '50. L'ambiente al piano terra - dedicato a pelletteria, accessori e calzature - è un'interpretazione originale della storica buca espositiva Prada, con pavimento optical a scacchi in marmo bianco e nero. Dalla scala di marmo si accede al piano superiore, con travi a soffitto e pavimento in moquette grigio perla, bassorilievi e arredi degli anni Cinquanta, e si visitano le collezioni di abbigliamento.

LANA MERINO PERFORMANTE, LA CAMPAGNA DI TWC

The Woolmark Company lancia la nuova campagna globale 'Live & Breathe' per promuovere la lana Merino come fibra performante e sostenibile. Comodità, traspirabilità e gestione dell'umidità, fra le caratteristiche più importanti intrinseche che reagiscono al clima con la temperatura corporea: è più fresca al tatto perché allontana naturalmente il calore dalla pelle e assorbe fino al

35% dell'umidità. Le recenti innovazioni della lana Merino nello sportswear stanno contribuendo a una crescita significativa dell'activewear, calzature comprese. Spiega il managing director di The Woolmark Company, Stuart McCullough, "La lana è una fibra di eccellenza per gli atleti combinata alle eco-credenziali e ai suoi benefici naturali". The Woolmark Company,

autorità globale della lana Merino, attua una vasta rete di collaborazioni garanti di altissima qualità nel mondo dell'industria tessile e della moda, dallo sport all'abbigliamento di lusso, ed è parte di Australian Wool Innovation, compagnia no-profit di proprietà di più di 60.000 allevatori che investe in ricerca, sviluppo e marketing a livello mondiale lungo tutta la filiera.





'RAINBOW FUTURE', I SANDALI ECOLOGICI DI SALVATORE FERRAGAMO

La prima calzatura di Salvatore Ferragamo che si può definire totalmente 'sostenibile' si ispira ad un sandalo di archivio, il famoso 'Rainbow' realizzato in camoscio nel 1938 per l'attrice Judy Garland. Rieditato in cotone organico lavorato a mano all'uncinetto e rialzato su zeppa di legno. Custodia e finiture proseguono la storia del modello speciale, in edizione limitata per la collezione Ferragamo's Creations. 'Rainbow Future' ha ottenuto la certificazione ISO 14067.



VERSACE SNEAKERS 'CHAIN REACTION'

In auge dalla collezione Autunno-Inverno 2018-2019, le nuove sneakers Versace 'Chain Reaction', in versione sia uomo che donna, sono caratterizzate da una suola a catena di design di spessore extra large in EVA e da dettagli iconici della Maison come i motivi Greca e Medusa. Proposte in grintosi match di colore e materiale, imbottiture ricamate, cuciture a vista e lettering.



IL MONDO VIRTUALE DEL DIRETTORE CREATIVO ROMAIN KREMER DI CAMPER

La campagna Autunno-Inverno 2018/19 di Camper, marchio spagnolo che produce calzature moderne dal 1975, diventa virtuale, fra astratto ed assoluto, progetto del direttore creativo del marchio Romain Kremer. Quale sia il futuro dell'interazione digitale che rende attivo il fruitore, lo interpretano nove protagonisti che scel-

gono la propria avventura, fantastica o post-apocalittica. I modelli di calzatura sono unisex – disponibili nella variante sia da uomo che da donna –, Helix e Brutus in versione stagione fredda, accompagnati da due novità, le scarpe Rolling e Pix.



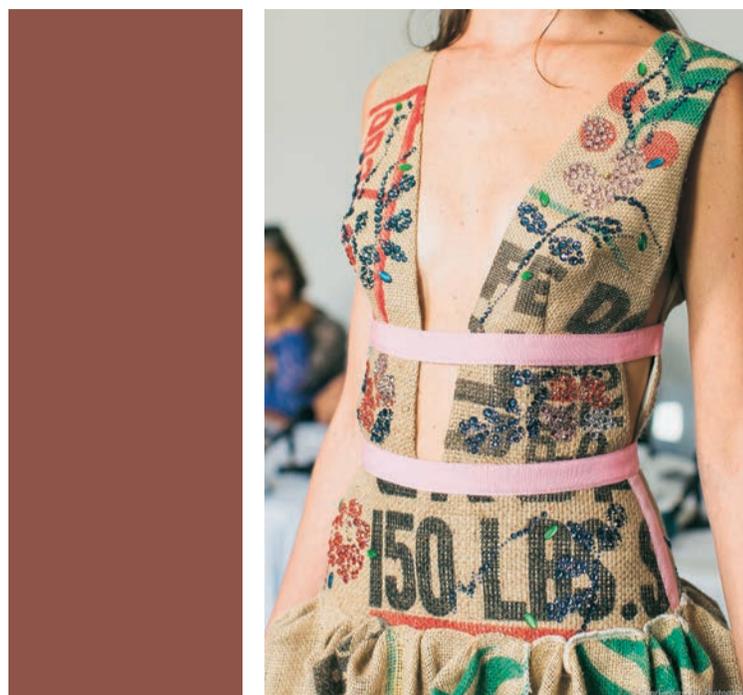
IL RILANCIO DI PRADA LINEA ROSSA

Prada rinnova con la campagna Autunno-Inverno 2018/19 la collezione Prada Linea Rossa, contraddistinta dal caratteristico logo con la sottile linea rubina, comparso per la prima volta nel 1997. Sotto la direzione creativa di Michael Rock/2x4 New York, con la regia di Arisu Kashiwagi e lo styling di Lotta Volkova, il logo si anima di nuova vita e assume il ruolo del protagonista, guidando i personaggi scelti (da Daan Duez, Kris Grikaite, Taemin Park, ad Anok Yaiin un ecosistema elaborato in cui coesistono ogni tipo di clima e tutte e quattro le stagioni, sovrapponendo fra di loro le dicotomie sport e moda. Forme audaci e tonalità fluo indelebili per i capi outerwear, al contempo confortevoli ed impermeabili, rappresentati dentro un mondo digitale e frenetico come quello dei video giochi. Grafica e creatività insieme a materiali ad alte prestazioni sono il diktat per un design super-funzionale,

concepito grazie a tecnologie di avanguardia. In questo rilancio, sono i progressi industriali e scientifici del ventunesimo secolo nella produzione dei tessuti a determinare le decisioni, in una sintesi tra forma e funzione. La collezione offre un intero guardaroba, dall'outerwear, alle calzature fino ad alcuni pezzi pensati espressamente per le esigenze di attività specifiche, come lo sci e lo snowboard. Il classico tessuto per abbigliamento sportivo 'Tela Tecnica Pro' di Prada è stato rivisitato per garantire maggiore impermeabilità, protezione anti-vento e una traspirabilità totale, con leggerezze e pesi piuma. Nanotecnologie, grafene, Nylon 3L ultraleggero e resistente all'abrasione, Goretex Pro, imbottitura Primaloft, sono alcuni dei materiali usati a riprova della tecnicità insita nella collezione disponibile nei negozi Prada e grandi magazzini selezionati - oltre che su prada.com.

A CIVIDINI IL PREMIO 'TAO AWARDS 2018'

Piero Cividini è stato premiato con la moglie Miriam a Taormina per il suo prodotto d'alto artigianato Made-in-Italy. Il 'Tao Award 2018 per la moda', alla diciottesima edizione, si aggiunge agli svariati riconoscimenti artistici ottenuti dalla Maison bergamasca. "È un onore oltre che un grande piacere ricevere questo premio che sottolinea e riconosce il nostro lavoro da sempre fedele ai canoni del saper fare italiano e della creatività. Ringraziamo tutti i nostri collaboratori che ci aiutano a mantenere gli standard che i clienti internazionali ci riconoscono" dichiarano Piero e Miriam Cividini. I Tao Awards sono stati infatti dedicati alla celebrazione di tutte le espressioni che portano avanti la tradizione italiana. Il premio a Cividini è stato assegnato per il forte contenuto di design raffinato e per le lavorazioni artigianali unite alle più moderne tecnologie.



GILBERTO CALZOLARI COLLEZIONE 2046

Richiamando il titolo del celebre film di Wong Kar-Wai che supera le barriere del tempo, '2046' diventa la collezione urban-fusion romantica e contemporanea di Gilberto Calzolari. Un mix fra suggestioni orientali, memorie retrò e lampi futuristici, per abiti kimono, capotti vestaglia, pantaloni samurai, mini-abiti con maniche zen e colli alti, giacche couture con maniche a farfalla. Nato e cresciuto a Milano, Gilberto Calzolari, dopo una carriera di oltre 15 anni presso alcuni importanti fashion brand internazionali, nel 2015 ha creato il suo brand dedicato ad una donna sofisticata e al tempo stesso ironica e sognatrice.

CULT 'TEXANI' PER IL PROGETTO ARCHIVIO DI BALDININI

A 30 anni dal debutto, Baldinini riedita gli iconici boot Texani ispirati al ricco archivio del marchio che ha fatto la storia del Made in Italy. Calzature-emblema fra la tradizione artigiana e innovazione stilistica dello stile western all'italiana, proposti nella collezione donna Autunno Inverno 2018/19 con decori ussari vagamente settecenteschi oppure di gusto Tex-Mex con borchie o eleganti lavorazioni floreali tipiche del flamenco. La forma ha una linea sfilata e allungata con tacco importante impreziosito da speciali lavorazioni o metallizzato.

PIOGGIA DI ZAFFIRI E DIAMANTI

Agapanthus presenta la 'Collezione Pioggia', gioielli con zaffiri inclusi - e non incastonati - nell'oro. Realizzati artigianalmente a mano con l'antica tecnica della cera persa, processo di scultura che risale al 3700 a.c. utilizzata in Europa, Asia e Sudamerica, dove l'orafo plasma manualmente tutti i dettagli. Veri e propri pezzi unici, azzurri oppure multicolor, con possibilità di aggiungere diamanti. I gioielli Agapanthus sono in vendita nei negozi momomarca di Milano in via Cerva 14, Lecco in via Cavour 14, Monza in via Carlo Alberto 8 e Bergamo in largo Belotti 1, in Sardegna nel concept store 'Yashu e Prem' in via Torres 5 a San Pantaleo, nella sezione di e-commerce del sito agapanthusgioielli.it.



FENDI RESORT 2019



Una femminilità romantica in dialogo costante con la mascolinità. La collezione Resort 2019 di Fendi, fotografata da Erik Madighan Heck, si rivolge a donne potenti, grintose ed eleganti, per indossare con personalità un guardaroba versatile e lussuoso. L'ispirazione

sartoriale viene scossa da una vibrazione sportiva: giacche unicolori, giacche a pieghine incluse ai pantaloni, cappotti doppio petto, bomber preziosi e languette. Scarpe, accessori e articoli in pelle sono lavorati in colori audaci ispirati all'arcobaleno.



ISSEY MIYAKE RESORT 2019

Disegnata da Yoshiyuki Miyamae, mente creativa di Issey Miyake, la collezione Resort 2019 è legata alla ricerca tecnologica declinata in look rilassati, fluidi e ariosi. Abiti a pieghine che sembrano dipinti a mano,

coordinati in denim, forme a petalo concretizzate attraverso la nota tecnica 'Steam Stretch' ideata dal brand dove lo speciale filo usato si restringe quando riscaldato, dando così forma ai capi.



CALENDARIO PIRELLI 2019 ARRIVA IL MAESTRO ALBERT WATSON

Le fotografie del nuovo Calendario Pirelli 2019 sono state scattate dal fotografo scozzese Albert Watson nelle location di Miami e New York. Il maestro della fotografia, nato e cresciuto a Edimburgo ed esperto di graphic design, cinema e televisione, è uno dei fotografi più influenti di tutti i tempi. Ha fotografato Alfred Hitchcock, molte rockstar, rapper, attori e altre celebrità, oltre ad aver lavorato in importanti campagne pubblicitarie, manifesti di film di Hollywood, tra cui "Kill Bill" e "Memorie di una geisha", diretto 100 spot televisivi, e firmato più di 100 copertine di giornali, da Vogue, Rolling Stone, Time e Harper's Bazaar.

Maniaco del lavoro, nel suo archivio di Manhattan possiede milioni di immagini e negativi, una ricchissima galleria personale, colmo anche di fotografie di formato straordinariamente grande. A prima vista paesaggi, interni e ritratti, colgono alla sprovvista l'osservatore con la loro gamma cromatica tenue, filtrata, e creano un'aura che lo trasporta nell'immagine ed al contempo impone una distanza riverente.

Quattro sono le storie che racconta nel Calendario Pirelli edizione 2019 per quattro donne che cercano di raggiungere il sogno della loro vita, interpretandone il potere emotivo, le vittorie e le sconfitte nelle quali si sono imbattute per raggiungere lo scopo.



Il cast dei quattro racconti è così accoppiato: Misty Copeland e Calvin Royal III interpretano il ruolo di due ballerini che abitano in una piccola casa art decò e condividono il sogno di diventare un giorno due étoile. Laetitia Casta con Sergei Polunin sono rispettivamente una pittrice e un ballerino che vivono in un eccentrico loft e sognano di diventare grandi artisti. Julia Garner con la partecipazione di Astrid Eika vestono il ruolo di una fotografa botanica e una modella, passionante da piante rare. Gigi Hadid e Alexander Wang recitano una ricca e affermata ereditiera e il suo confidente e migliore amico, al sicuro nella sua casa-rifugio.





'DEFINING MOMENTS' CON JAVIER BARDEM E DEV PATEL PER ERMENEGILDO ZEGNA

La campagna 'Defining Moments' di Ermenegildo Zegna pensata dal direttore creativo Alessandro Sartori scatta immagini e filmati con due attori famosi, Javier Bardem e Dev Patel, ritratti per le vie, i parchi e i musei di Madrid, movimentata ed elegante capitale spagnola.

Il celebre cineasta e fotografo Craig McDean ritrae momenti di vita quotidiana, umorismo e affiatamento fra gli attori che si ritrovano nella città natale di Javier Bardem, dove il giovane Dev Patel giunge inaspettatamente per una visita.

Il guardaroba prevede pezzi speciali di Luxury Leisurewear e di Ermenegildo Zegna Couture XXX, in una nuova estetica che combina eleganza e sartoria, con funzionalità metropolitana e rilassatezza del casualwear.

Ermenegildo Zegna 'Defining Moments', costituita da tre video e da una serie di immagini, è lanciata a livello mondiale da fine Agosto e inizio Settembre 2018. Il claim ricorda:

"I momenti di oggi diventeranno i ricordi preziosi di domani. Godetevi ogni momento".





'Time Passing' è il cortometraggio diretto da Wim Wenders sulla collezione Autunno / Inverno 2018 disegnata da Lucie e Luke Meier per Jil Sander. Nel film, che segue la prima collaborazione pluripremiata del regista tedesco, il cast è catturato in un loop temporale di scenari ripetuti, caratterizzati da cambiamenti di abiti e diverse risposte emotive dei protagonisti, in un flusso di eventi e personaggi. Accompagnato da una serie di immagini dietro le quinte scattate da Donata Wenders.

JIL SANDER BY WIM WENDERS



58





LE MAGIE DELL'ARTE DEL FERRO FIRMATE ROBERTO ZIRANU



Roberto Ziranu, fabbro artigiano e scultore nuorese, possiede una competenza di quinta generazione nell'arte di forgiare, fiammare, incidere e donare energia emozionale al ferro. Nella sua bottega-atelier di via Limbara a Nuoro prendono forma e luce sinuose sculture, pezzi artistici unici disegnati a fiamma con cromie inaspettate che incantano e rapiscono chi li guarda. Il maestro Ziranu gioca con conoscenza intima della natura del materiale rovente, fra le opposte variegiate bellezze dell'ombra e quelle della luce, e infonde una immensità vitale che risplende come un gioiello. Piatti d'arte, quadri fiammati, sensuali corpetti femminili e le famose vele poggiate su rami di ginepro profumati sono alcuni fra gli oggetti di design e le opere d'arte che omaggiano la terra di Sardegna in Italia e nel mondo. La sua appassionata lavorazione artigianale artistica di questa materia viva, sanguigna e testarda, ne rivela sfaccettature, colori e identità inedite, ricche di anima.

Dal 1990 ad oggi ha ricevuto diversi premi, riconoscimenti e pubblicazioni, ed espone costantemente in selezionate fiere, mostre ed eventi, ultime fra le quali, la Biennale di Roma, la Pro Biennale di Venezia, fiera HOMI, Stia - Biennale Europea d'arte, New York con Artex, ed alcune personali sia in Europa che in Medio Oriente.



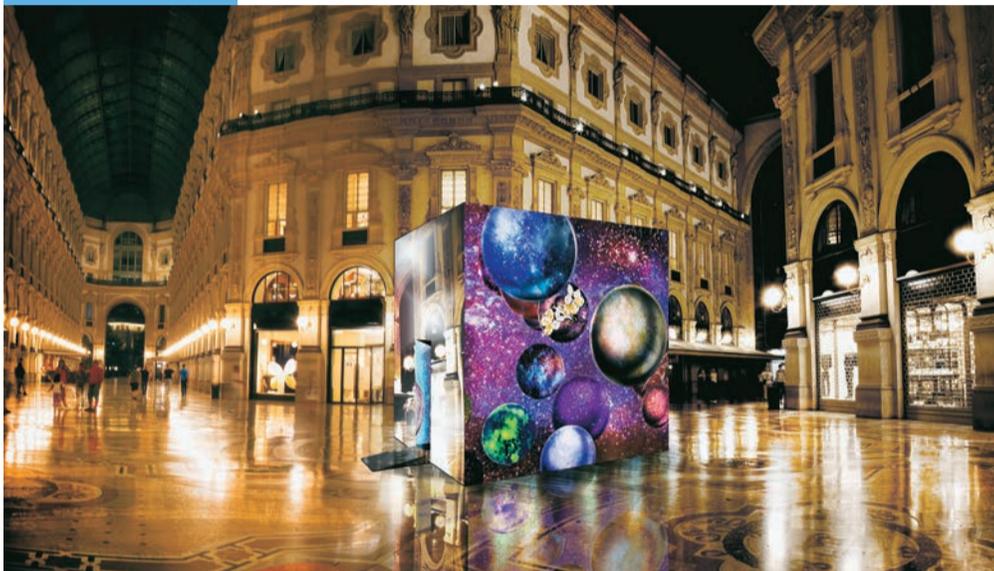
Ph: GiampieroMelis



Rob. Zir. Nu.

MILANO XL 2018, LA "MOSTRA - DIMOSTRA"

Il progetto Milano XL vuol dare una mappa visiva e architettonica del sistema moda Italia. Sono circa 67mila le imprese che lo compongono, rappresentate da sei 'cubi' giganti che saranno allestiti in città dal 12 al 24 Settembre 2018, grazie ad un accordo di Camera Moda con il Ministero dello Sviluppo Economico, il Comune di Milano, Confindustria e l'Agenzia ICE. Milano XL 'Mostra-Dimostro' riunisce le diverse realtà del sistema, insieme all'abbigliamento e agli accessori, i gioielli con Federorafi, i tessuti parte integrante della fiera Milano Unica, la cosmetica tramite Cosmetica Italia e Cosmoprof, gli occhiali esposti dalla fiera Mido e da Anfao, i prodotti di Pelle e Cuoio curati da Lineapelle e Unic. Ogni parete espositiva dei minipadiglioni è composta da moduli esagonali che ricordano l'architettura dell'alveare, ledwall dove vengono proiettati video aspirazionali, prodotti simbolo. Il tema comune della sostenibilità rappresenta una sfida e un'opportunità per tutti i settori dell'intero sistema, in grado di incrementare la competitività e l'innovazione aziendali, di trovare la volontà di fare squadra.



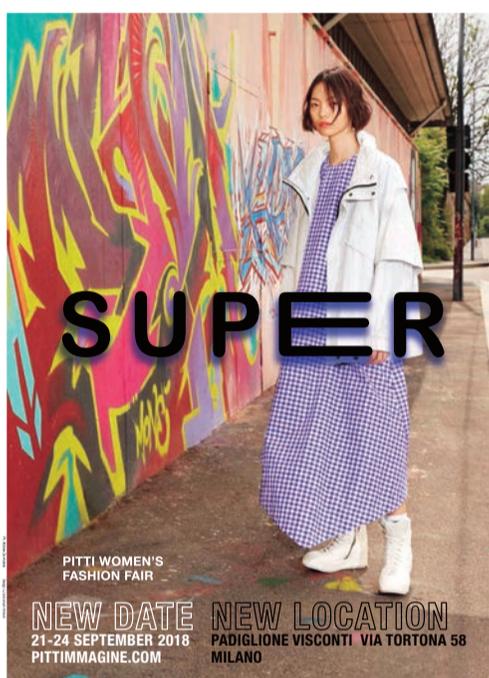
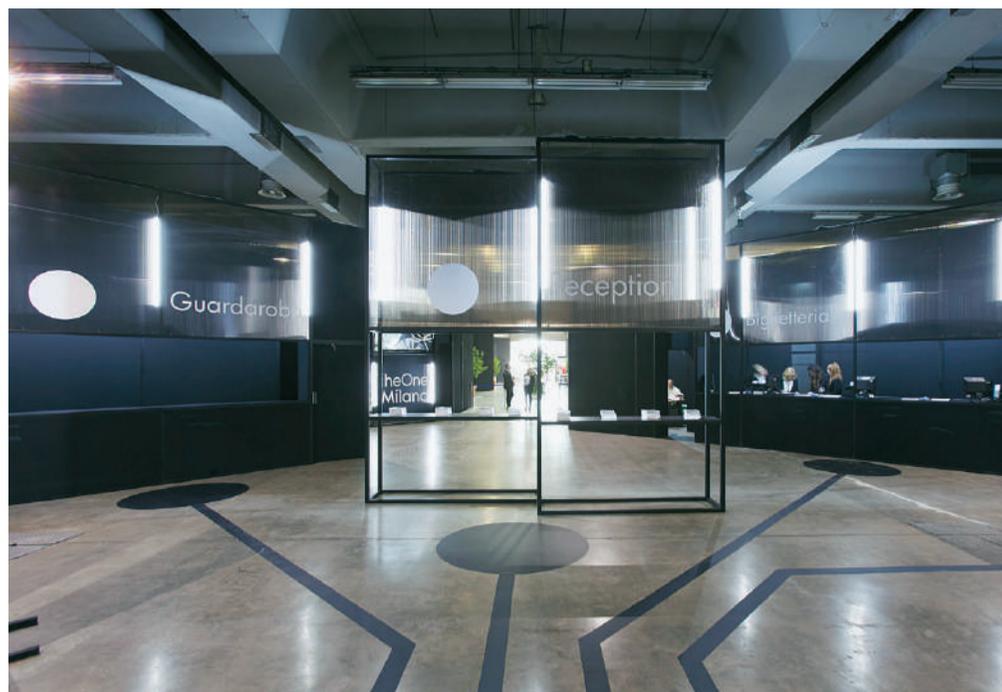
CHORUSTYLE, NEO BRAND DI LIFESTYLE, MODA E DESIGN



Chorustyle è un nuovo brand di abbigliamento, oggettistica e attrezzature, interamente 'Made in Italy', ed anche un laboratorio di ricerca applicata e di strutture polifunzionali con la vocazione all'eccellenza e a migliorare la qualità della vita. Nel settore moda - consulente Mario Boselli - è prevista la presentazione di una collezione uomo e donna sport-chic di alta gamma per il prossimo Gennaio 2019 che si contraddistingue per qualità dei tessuti, originalità dei tagli ed attenzione alle finiture. Anteprema anche nel design per Aprile 2019, con il primo arredo Chorustyle, adattabile ad abitazioni, alberghi e uffici, sotto la direzione tecnica dell'architetto Giampaolo Sana, e i primi complementi dallo spirito pop come i gatti Laki e Nikko. L'imprenditore e ideatore di Chorustyle, Domenico Bosatelli (fondatore e presidente di Gewiss), ha però in serbo un altro interessante progetto che si chiama Chorus Life, una vera Agorà greca o Smart city polifunzionale del futuro, opera urbanistica residenziale e commerciale, unica in Europa, basata sulla tecnologia e replicabile ovunque.

QUATTRO GIORNI PER IL SALONE SUPER DI PITTI IMMAGINE

Il Salone di accessori e prêt-à-porter donna di Pitti Immagine vedrà un cambio di location per l'edizione di Settembre 2018, nuovamente in Via Tortona presso il Padiglione Visconti e per la prima volta, su un periodo di quattro giorni. Super presenta la sua dodicesima edizione nell'ex Laboratorio Ansaldo di Milano, zona frequentata dai buyer internazionali durante Milano Moda Donna, nei giorni fra Venerdì 21 e Lunedì 24 c.m., in una continua evoluzione di format, ricerca, valorizzazione dei giovani talenti e di progetti speciali. Questa edizione vedrà oltre 1.200 metri quadri di marchi e aziende consolidate, brand emergenti, progetti moda innovativi e focus sui nuovi scenari globali del settore.



PITTI WOMEN'S FASHION FAIR

NEW DATE
21-24 SEPTEMBER 2018
PITTIMMAGINE.COM

NEW LOCATION
PADIGLIONE VISCONTI VIA TORTONA 58
MILANO



'THEONEMILANO'

Il salone dell'haut-à-porter femminile 'TheOneMilano' si presenta con una nuova immagine e format, promotore di un modello fieristico che proietta il sistema italiano sui mercati internazionali, anche grazie alla partnership con ITA - Italian Trade Agency Ice, l'agenzia per la promozione e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. La nuova visual identity di impatto, ideata da Kitchen Stories, i nuovi spazi aggiunti, dedicati al contemporary luxury e alle label di ricerca e sperimentazione, aggiungono interesse e opportunità di far incontrare direttamente buyer, distributori e operatori di settore nel comparto moda, accessori, tessile, manifatturiero e industriale. Lusso a 360° nel segmento #TheOneFur&leather, vetrina dei principali nomi del settore del fur e della pelle nei quali l'Italia è fashion leader di eccellenza creativa. Modularità e multifunzionalità sono le parole chiave per pellicce, capi e accessori di pelle sport-couture che studiano soluzioni reversibili, da un lato casual e sportivi e dall'altro assolutamente eleganti e da sera. Nell'Advisory Board che presiede questa rivoluzione di immagine e contenuti siedono Natasha Grodecki, consulente Lambert & Associates, Giorgio Martelli, vice-direttore generale Stampa Gruppo GEDI, Mattia Mor, executive director per l'Europa Mei.com (Alibaba Group), Cinzia Malvini, giornalista moda e costume LA7 e direttore BookModa, Luca Lanzoni, digital fashion director Hearst Italia, Paolo Marsi, contitolare di StyleCouncilAssociati, Francesco Casile, fondatore e CEO Casile&Casile Fashion Group, Fabrizio Curci, amministratore delegato e direttore generale di Fiera Milano.

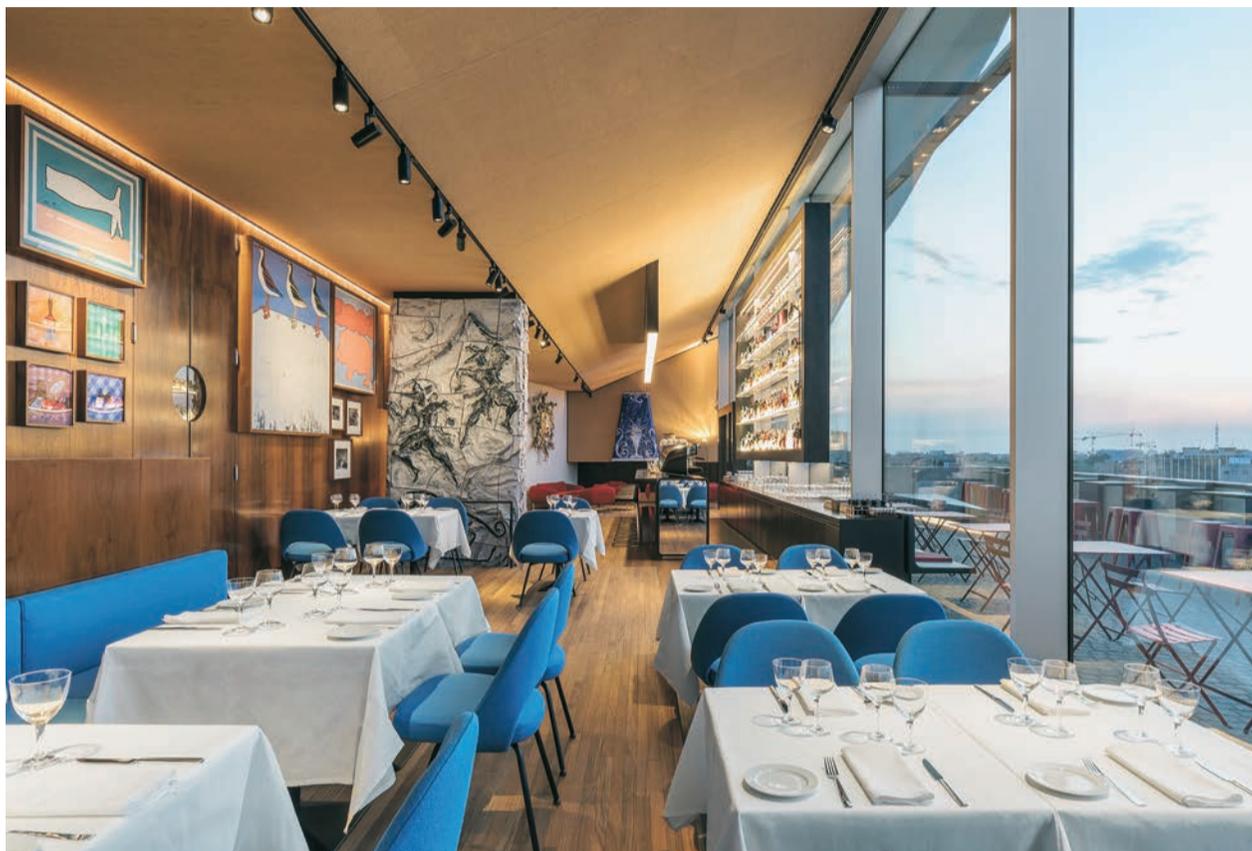


WHITE MILANO, FIERA E OFFICINA DI TALENTI INTERNAZIONALI



Novità di White Milano di questa edizione, l'aggiunta dello spazio Tortona 31|Opificio, un vero distretto di brand internazionali accanto a temporary showroom rinomati come Fila, Forte Forte ed Ilaria Nistri. L'edizione ospita oltre 560 aziende e due special guest A.F. Vandevorst e il marchio Fiorucci. Dal 21 al 24 Settembre 2018 il trade show, patrocinato dal Comune di Milano ed in sinergia con Camera della Moda, conterà dunque su quattro location, Superstudio Più, Tortona 31 | Opificio, Tortona 35 | Hotel NHow e Tortona 54|Ex Ansaldo, molteplici spazi per realizzare un percorso unico nel suo genere. Altra grande attesa, la selezione di designer olandesi e lo Special Project 'The Belgian Focus' in collaborazione con Flanders District of Creativity, sette brand eterogenei di abbigliamento, calzature, pelletteria, lingerie, bijoux.

RISTORANTE 'TORRE' NEL NUOVO EDIFICIO DELLA FONDAZIONE PRADA A MILANO



Nuovo indirizzo gourmet, il ristorante 'Torre' ospitato al sesto e settimo piano del nuovo edificio che completa la sede di Milano della Fondazione Prada, progettata da Rem Koolhaas con Chris van Duijn e Federico Pompignoli dello studio OMA. Arredato con opere d'arte e di design, occupa una superficie di 215 mq suddivisa in due aree: il bar e il ristorante, illuminate da ampie vetrate a tutta altezza con vista inedita sulla città.

Il cocktail bar ha un bancone centrale, con una bottigliera sospesa ricca di distillati e liquori internazionali, dove è possibile consumare anche un light dinner.

Le sale, arredate con caldi parquet, boiserie in legno e pannelli in canapa che rivestono le pareti, formano un angolo lounge nell'area del camino attorniato da poltroncine Soviet e tavolini Tulip di Eero Saarinen, una zona ristorante con 84 coperti disposti su tre livelli leggermente sfalsati tra loro. In tutto lo spazio, opere dell'artista Lucio Fontana si alternano ai quadri di William N. Copley, Jeff Koons, Goshka Macuga e John Wesley, oltre ai piatti decorativi firmati da John Baldessari, Thomas Demand, Nathalie Djurberg & Hans Berg, Elmgreen & Dragset, Joep Van Lieshout, Goshka Macuga, Mariko Mori, Tobias Rebherger, Andreas Slominski, Francesco Vezzoli e John Wesley.

La terrazza esterna, a pianta triangolare, si affaccia sullo spazio urbano per un totale di 125mq con 20 coperti su tavoli e sedie pieghevoli in stile bistrot e un'area bar.

Al settimo piano è presente lo chef's table, uno spazio esclusivo e riservato, con servizi dedicati, caratterizzato da una parete vetrata con vista sulle cucine e da una terrazza privata.

La proposta gastronomica del ristorante 'Torre' prevede un menù autenticamente italiano ispirato alle migliori tradizioni regionali, con dessert di pasticceria e una prestigiosa selezione di vini, composta da etichette italiane ed internazionali. Lo spazio cucina è aperto a nuove collaborazioni occasionali con chef internazionali e menù ad hoc per queste occasioni.

Al bar e al ristorante 'Torre' si accede dal cortile della Fondazione Prada, in via Lorenzini 14, fino a mezzanotte. Per informazioni e prenotazioni: telefono +39-02-23323910 / reservationtorre@fondazioneprada.org / ristorantetorre@fondazioneprada.org e sul sito www.fondazioneprada.org/torre.



HUAN ORIENTAL BISTROT



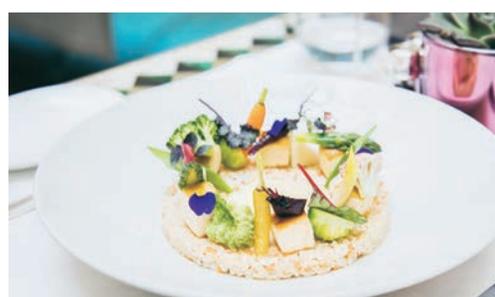
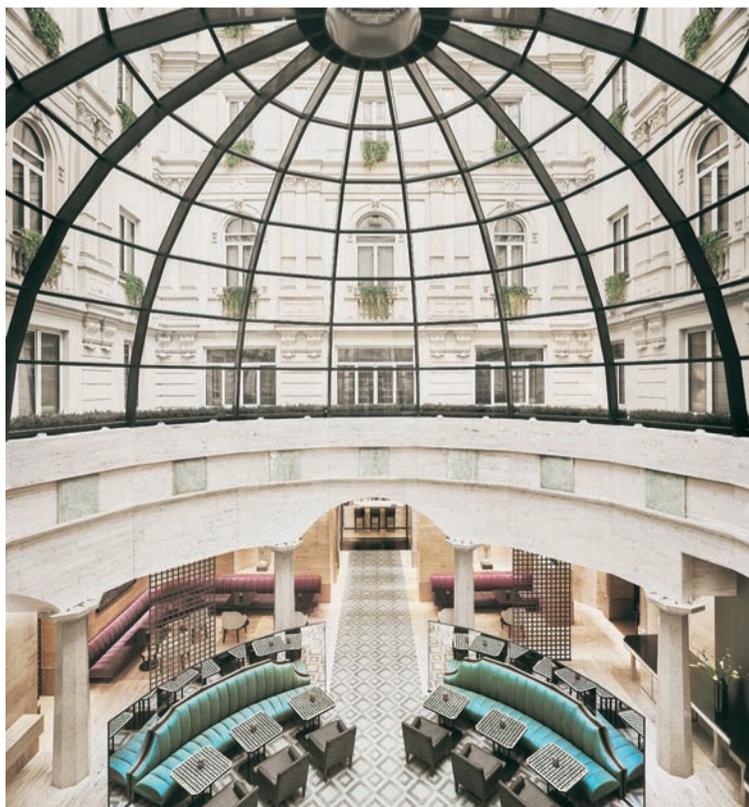
Incontro fra Oriente e Occidente, l'Oriental Bistrot HUAN apre a Milano, Ripa di Porta Ticinese 69, nel cuore dei Navigli. L'idea di partenza è la miscela dei sapori e delle tecniche della cucina orientale con materie prime e creatività italiane e viceversa. L'ambiente da social club coloniale, eclettico e conviviale, è stato curato dallo studio di architettura Brizzi + Riefenstahl: mattoni a vista, archi e colonne, dinner room con salottini anni '50, sedute e tavolini bassi, lampade da terra, pareti modulari luminose in vetroresina che dona luce riflessa. Il pavimento diventa la tela di un grande motivo dipinto a mano dalla artmaker Silvia Moro che riprende il gusto di sete fiorite retrò. I soci fondatori, Lily Liu, businesswoman di Pechino, e Riccardo Capua, produttore di vino in Maremma, vi aspettano con la squadra di cucina, guidata dalla creatività dello chef Giorgio Bresciani, per condividere piccoli gesti gastronomici che assecondano il palato, per cenare intimi e con calma. L'incontro al cocktail bar all'ingresso, un lungo un bancone dorato, gestito da Dario Orrù, è un'altra firma della atmosfera che si crea con le proposte bartender: drink caldi come Oriental Julep a base di Nikka whiskey, liquore di bamboo, succo di limone, zucchero di canna, acqua calda, menta fresca oppure un assaggio del Tè del Viandante, tè verde, zucchero di cocco, rum bianco, rum scuro, vaniglia.

CUPOLA LOUNGE E MIO LAB AL PARK HYATT

Due spazi dentro Park Hyatt Milano, il nuovo bistrot La Cupola Lounge affidato allo chef stellato Andrea Aprea e Mio Lab, il cocktail bar creato dal celebre bartender

Oscar Quagliarini. Nel cuore dell'hotel, entrando dall'ingresso principale ed illuminato dalla affascinante cupola di vetro alta nove metri, ci sono due angoli perfetti per ristorazione, cocktail e caffetteria, dalla prima mattina a notte inoltrata. Due minuti a piedi dal Duomo, dal Teatro alla Scala e dalla Galleria Vittorio Emanuele II, La Cupola Lounge è un

luogo accogliente e ideale durante il corso di tutta la giornata, ristrutturato di recente dall'architetto Ed Tuttle. Spazi versatili, eleganti e sobri, anche riservati, che offrono continuamente l'opportunità di un incontro, un meeting, colazioni, pranzi e cene, raffinati eppure informali, in una sintesi perfetta di gusto fra attitudine internazionale ed esaltazione di classici milanesi. Anche per spuntini veloci come il celebre Club Sandwich, nominato nel 2008 il Migliore del Mondo dal magazine Monocle. Nelle ore serali lo spazio si fa più intimo, delicato e soffuso, tra giochi di luce che regalano una nuova dimensione alla maestosità della cupola, dove degustare presso Mio Lab dodici nuovi cocktail diventati come un mazzo di Tarocchi che abbina i dodici arcani alle novità da sorseggiare.



CAMPER

