

# XTRA

027

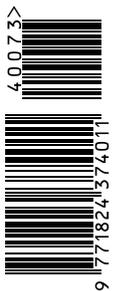
DESIGN DIFFUSION WORLD

eXtraordinary Italian Mastery

**CHRISTIAN LOUBOUTIN**  
Classic silhouettes

**ALTO ARTIGIANATO**  
Pitti Immagine Uomo 107  
**LA MAGIA DI JAGUAR**  
Made in Courmayeur  
**LUIGI GHIRRI. VIAGGI**  
Xtra in the world

ISSN 1124-3746 - Bimestrale - TAXE PERCUE (TASSA RISCOSSA) UFFICIO  
CMP/2 ROSETO - MILANO. Spedizione in abbonamento postale - 45% - D.L.  
353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n.46) art. 1, comma 1, DCB Milano E 15,00 - Italy  
only - A 19,00 € - B 23,00 € - F 25,00 € - D 25,00 € - UK 19,00 GBP - L 23,00 € -  
NL 23,00 € - E 20,00 € - S 280,00 SEK - CH 25,00 CHF





## EDITORIALE

19

Francesca Russo

## NEWS

22

A cura della redazione

## DESIGN

56 Edit Napoli

Paola Molteni

64 Alto Artigianato

Assia Karaguiozova

68 Art de la table

Alice Parni

70 La scatola portagioie

Paola Molteni

*The jewel box*

76 L'arte dell'incisione

Francesca Casale

*The art of engraving*

80 Slow philisophy

Francesca Casale

84 Integrità del suono

Diego Parni

*Integrity of sound*

## BEAUTY

86 Danze olfattive invernali

Alessandra Fusè

*Winter olfactory dances*

## FASHION

88 Rosso audace

Paola Molteni

*Bold in red*

94 Pitti Uomo 107

Rita Sanvincenti

102 Nike: Form Follows Motion

Paola Molteni

108 Cosmopolitan look

Isabelle Fournier

110 Ritmo inarrestabile

Paola Molteni

*Unstoppable rhythm*

## INMOTION

114 La magia di Jaguar

Diego Parni

*The magic of Jaguar*

118 Regina di sportività

Anguilla Segura

*Queen of sportiness*

122 L'arte di navigare

Paola Molteni

*The art of navigation*

128 Capolavoro galleggiante

*Floating masterpiece*

## LEISURE

Samantha Polvere

130 Territori di Eccellenza

Alice Parni

134 Palazzo Talia, a hotel for flâneurs

Paola Molteni

142 Oasi di quiete

Paola Molteni

*Oasis of tranquility*

146 Tra storia e modernità

Anguilla Segura

*Between history and modernity*

## TASTE

152 Gradazioni

Gaia Giordani

*Gradations*

158 Wine experience

Paola Molteni

160 De' Mimimi

Paola Molteni

164 Viaggio tra i sapori

Anguilla Segura

*A journey through flavors*

168 Made in Courmayeur

## CULTURE

172 La natura in scatti

Paola Molteni

*Nature through the lens*

Diego Parni

178 Viaggi

Paola Molteni

*Travels*

184 Elio Fiorucci

Masha Sirago

186 Impronte di luce

Assia Karaguiozova

*Traces of light*

190 Roberto Matta a Ca' Pesaro

Assia Karaguiozova



For once, having a shorter runway is better for business.



Begin your journey



Your reflection in the sky  **Bombardier**

Bombardier, Global and Global 7500 are registered or unregistered trademarks of Bombardier Inc. or its subsidiaries. © 2024 Bombardier Inc. All rights reserved.

XTRA

EDITORIAL



di Francesca Russo

In questo numero di XTRA esploriamo il concetto della sfumatura, che va ben oltre la semplice transizione da un colore all'altro, ma è un invito a cogliere la complessità, la fluidità, l'interconnessione tra le diverse sfere della nostra realtà. Ne sono un esempio le installazioni che sfidano i confini tra arte e architettura della manifestazione Edit Napoli, dove i tappeti con i loro colori mutevoli e le installazioni con i tessuti di Kengo Kuma tra le volte mutevoli, creano un'atmosfera sospesa tra sogno ed esistenza. Lo stesso il mondo onirico di Palazzo Talia di studiolumaguadagnino a Roma, dove un maestro del cinema si presta alla progettazione di un hotel per flâneur. Le sfumature delle fotografie di Luigi Ghirri esposte al MASI di Lugano ci invitano invece a osservare le cose più semplici, guardando il mondo che ci circonda con occhi nuovi, più attenti. Anche nel mondo del gusto, senso multiforme, le sfumature giocano un ruolo fondamentale rivelando infiniti dettagli: dalle note più delicate e sottili fino a quelle più intense e complesse, ogni sapore è un viaggio influenzato da più fattori, dalla provenienza degli ingredienti alla preparazione. I cocktail, con le loro infinite combinazioni di sapori e colori, sono un esempio perfetto di come la sfumatura possa arricchire la nostra esperienza sensoriale. Coinvolgente è l'utilizzo delle variazioni cromatiche che, fatto sapientemente, come nel caso dell'audace rosa della nuova Jaguar, ne esalta le linee scultoree. Analogamente, il gioco di colori dei contenitori cosmetici che ne accentua l'eleganza e la ricercatezza. Vi invitiamo, dunque, a immergervi nella complessità del mondo che ci circonda, oltrepassando le apparenze e scoprendo le infinite sfaccettature che lo compongono.

Buona lettura

*In this issue of XTRA, we delve into the concept of nuance—an idea that transcends the mere transition from one color to another. It is an invitation to grasp the complexity, fluidity, and interconnectedness of the various dimensions of our reality. Exemplifying this are the installations at the Edit Napoli event, which challenge the boundaries between art and architecture. Here, carpets with their mutable hues and Kengo Kuma's textile installations beneath ever-changing vaults create an atmosphere suspended between dream and existence. Similarly, the dreamlike world of Palazzo Talia in Rome, designed by studiolumaguadagnino, sees a master filmmaker venture into the realm of designing a hotel for flâneurs. Luigi Ghirri's photographs, on display at the MASI in Lugano, invite us to observe the simplest things, urging us to see the world around us with fresh, more attentive eyes. In the realm of taste—a richly multifaceted sense—nuances play a pivotal role, revealing infinite details: from the most delicate and subtle notes to the most intense and complex ones. Every flavor is a journey shaped by numerous factors, from the origin of ingredients to their preparation. Cocktails, with their infinite combinations of flavors and colors, perfectly exemplify how nuance can enrich our sensory experience. Equally captivating is the skillful use of chromatic variations, as seen in the bold pink of the new Jaguar, which accentuates its sculptural lines, or in the interplay of colors in cosmetic containers, enhancing their elegance and refinement. We invite you, therefore, to immerse yourself in the complexity of the world around us, moving beyond appearances to uncover the infinite facets that compose it.*

Enjoy your reading

# GALTRUCCO eleganza milanese



Fino al 15 giugno 2025, Palazzo Morando | Costume Moda Immagine ospita la mostra 'Galtruccio. Tessuti Moda Architettura', curata da Alessandra Coppa, Margherita Rosina ed Enrica Morini e organizzata da Lorenzo Galtruccio S.p.A. in collaborazione con il Comune di Milano. Una mostra fatta di tessuti, abiti, arredi e riproduzioni delle vetrine dei negozi che riporta in auge gli anni e il lavoro di un marchio che persiste nell'immaginario di tutti. L'esposizione fa rivivere nelle sale del Museo gli anni dell'attività commerciale Galtruccio, raccontata in un percorso narrativo temporale che inizia negli anni Venti del Novecento, seguiti da avvenimenti storici cupi come la Seconda guerra mondiale, ma anche dalla ripresa economica degli anni Sessanta fino agli inizi del nuovo millennio. La mostra si articola in due sezioni: la prima, curata da Alessandra Coppa, dedicata alla comunicazione di Galtruccio attraverso i negozi, le vetrine e la pubblicità. La narrazione relativa ai negozi è scandita dall'espansione della distribuzione nel campo tessile che arrivò a coprire buona parte del territorio nazionale sviluppando un concept di negozio il cui design di interni e gli arredi marcano un'autentica capacità di innovare e le cui vetrine erano progettate e realizzate in modo da essere riconoscibili al primo sguardo. La seconda, curata da Margherita Rosina ed Enrica Morini, incentrata sui tessuti venduti nei suoi spazi. [comune.milano.it/web/palazzo-morando](http://comune.milano.it/web/palazzo-morando)

**GALTRUCCO. MILANESE ELEGANCE**  
Until June 15, 2025, Palazzo Morando | Costume Moda Immagine hosts the exhibition 'Galtruccio. Tessuti Moda Architettura,' curated by Alessandra Coppa, Margherita Rosina, and Enrica Morini, and organized by Lorenzo Galtruccio S.p.A. in collaboration with the Municipality of Milan. This exhibition, featuring textiles, garments, furnishings, and reconstructions of shop windows, revives the era and the legacy of a brand that continues to resonate in the collective imagination. The exhibition brings to life the history of Galtruccio's commercial activities within the halls of the Museum, tracing a chronological narrative that begins in the 1920s, spans the dark years of World War II, and moves into the economic revival of the 1960s, concluding in the early 21st century. The display unfolds in two sections. The first section, curated by Alessandra Coppa, is dedicated to Galtruccio's communication strategies, focusing on its shops, window displays, and advertising. This narrative is interwoven with the expansion of the brand's textile distribution network, which came to encompass much of Italy. Galtruccio's store concept stood out for its innovative interior design and furnishings, with window displays crafted to be instantly recognizable. The second section, curated by Margherita Rosina and Enrica Morini, centers on the textiles sold within Galtruccio's spaces. [comune.milano.it/web/palazzo-morando](http://comune.milano.it/web/palazzo-morando)



## XTRA news

La collezione Newstalgia, disegnata da Tekla Evelina Severin per Radici, rielabora i pattern degli anni '60 e '70 con un mix di colori vibranti e geometrie tridimensionali. Gli otto design distintivi, tra cui Monogram, Elliptic (nell'immagine) e Weave, utilizzano una palette di 16 tonalità che si combinano in modo innovativo, creando un dinamismo visivo. Realizzata su pavimentazione tessile Bloom Back, questa collezione è anche sostenibile grazie all'uso di filato Econyl. Un gioco di contrasti cromatici e geometrie che unisce tradizione e contemporaneità, dando vita a spazi dal carattere unico. (ph: Beppe Brancato). radicicarpet.it

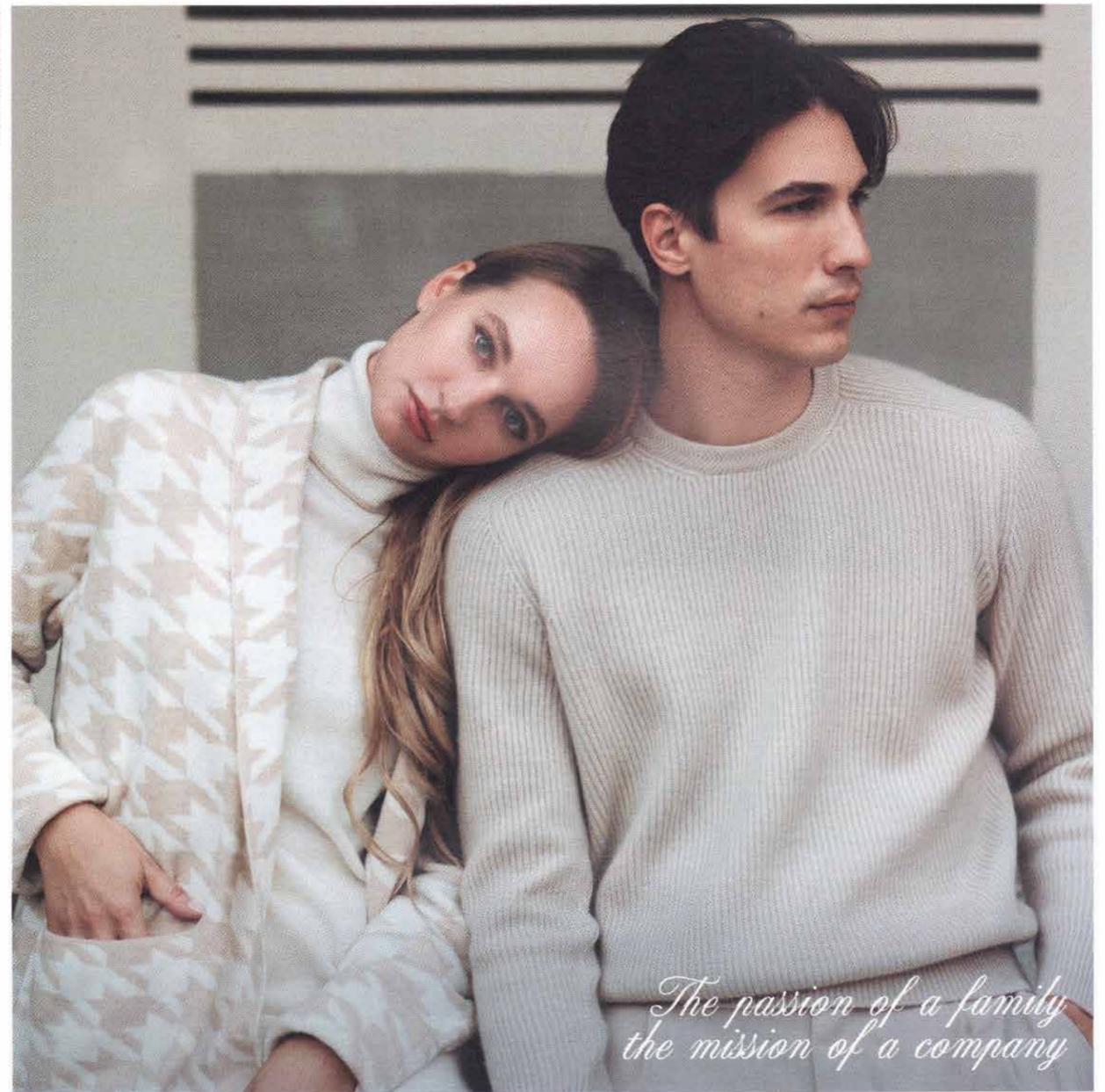
### STYLISTIC CONTRASTS

*The Newstalgia collection, designed by Tekla Evelina Severin for Radici, reinterprets 1960s and 1970s patterns with a mix of vibrant colors and three-dimensional geometries. The eight distinctive designs, including Monogram, Elliptic (shown in the image), and Weave, use a palette of 16 tones that combine innovatively, creating visual dynamism. Made on Bloom Back textile flooring, this collection is also sustainable thanks to the use of Econyl yarn. A play of chromatic contrasts and geometries that unite tradition and contemporary style, creating spaces with a unique character. (Ph.: Beppe Brancato). radicicarpet.it*



CONTRASTI  
*di stile*

www.altex.it



*The passion of a family  
the mission of a company*



**ALTEX**<sup>®</sup>  
CASHMERE  
ROMA ∞ CORTINA

■ CORTINA CORSO ITALIA,7

■ ROMA VIA DELL'ACQUA TRAVERSA,226/228

TESSUTI  
che uniscono



La nuova collezione Tendenze di Gabel porta una ventata di freschezza nell'arredo delle camere da letto, con finiture raffinate e materiali pregiati. La tinta unita in percale si arricchisce di stampe inedite, ricami e dettagli preziosi, creando un dialogo affascinante tra tradizione e modernità. Tendenze diventa la risposta alle sfide della vita quotidiana, unendo culture e stili diversi in un'armonia unica, dove ogni individualità viene rispettata e allo stesso tempo fusa in atmosfere ricercate. [gabel1957.it](http://gabel1957.it)

FABRICS THAT UNITE

Gabel's new Tendenze collection brings a breath of fresh air to bedroom décor, with refined finishes and fine materials. The solid color percale is enriched with unique prints, embroidery, and precious details, creating a fascinating dialogue between tradition and modernity. Tendenze becomes the answer to the challenges of daily life, uniting different cultures and styles into a unique harmony, where each individuality is respected while simultaneously blending into sophisticated atmospheres. [gabel1957.it](http://gabel1957.it)

**L'INVERNO  
CHE TI  
ACCOGLIE.**

Scopri la storia  
di Aleksander  
su [vitaintrentino.info](http://vitaintrentino.info)

"Qui posso allenarmi, ma anche rilassarmi  
immergendomi nella natura.  
Mi sento a casa."

**Aleksander Aamodt Kilde**  
SCIATORE DI COPPA DEL MONDO

RESPIRA, SEI IN **TRENTINO**

CULTURAL PLURALISM  
Edit Napoli  
Pluralismo culturale



Testo di Paola Molteni  
Foto di Eller Studio



Il tappeto di lana Bomba creato da Milla Novo (foto: Novo Art). Nella pagina a sinistra, il lavoro di Monostudio che ha ricevuto la menzione speciale.

The wool carpet Bomba created by Milla Novo (photo: Novo Art). Left page, the work by Monostudio that received the special mention.



Oltre 100 espositori e sette mostre CULT, in occasione della sesta edizione della fiera del design editoriale e d'autore. Un evento che accoglie espositori, ospiti, addetti del settore e pubblico negli spazi dell'Archivio di Stato di Napoli. Al centro della manifestazione, i lavori di designer indipendenti, autori ed editori di design, creativi e produttori, che espongono le loro creazioni nella città di Napoli, diventata a tutti gli effetti luogo di richiamo e di scouting a livello internazionale. Nella mission di EDIT Napoli è viva la volontà di puntare i riflettori su una tipologia di design sostenibile, sulla territorialità e la qualità dei prodotti esposti, a dispetto della quantità, sostenendo processi di produzione che coniugano l'artigianato al design in pezzi replicabili. "Il melting pot è sempre portatore di novità e con EDIT lavoriamo su questo fronte dalla prima edizione. Mettere in dialogo realtà differenti per accrescerne il valore è da sempre tra i nostri obiettivi; basti pensare a come strutturiamo il programma dei CULT, attraverso un meticoloso e lungo lavoro di curatela che unisce progetti a luoghi

prestigiosi della città, dando vita a una serie di esposizioni diffuse in grado di dare risalto a contenuto e contenitore" racconta Domitilla Dardi. Accanto ai vincitori della passata edizione, Giorgio Bena e ruga.perissinotto, numerose anche le aziende che ritornano, come Dante Negro, De Marchi Verona, Eleit.it, Marco Ripa, MAS Design, Mediterranea Design, Monostudio, SKNYPL, ma anche le novità come Daniela Pinotti, Ethimo, Luca Gruber, Testatonda Studio e molti altri. Una selezione sempre più profilata e centrata sul mondo dell'abitare e del vivere slow con prodotti che spaziano dalle ceramiche ai tessuti, dagli arredi ai rivestimenti, complementi e luci. Vincitore del premio per il miglior prodotto inedito è Parasite 2.0 x Bianco67 per l'area main, Atelier Nuanda è invece il vincitore della sezione Seminario con Plico, menzione speciale al lavoro di Monostudio, Oikos e Studio Bovti. [editnapoli.com](http://editnapoli.com)

Over 100 exhibitors at the Archivio di Stato and seven CULT exhibitions, on the occasion of the sixth edition of the editorial and author design fair. The editorial and author design fair welcomes exhibitors, guests, industry professionals and the public in the spaces of the Archivio di Stato of Naples. At the heart of the event, the works of independent designers, authors and design editors, creatives and producers, who will exhibit their creations in the city of Naples, which has effectively become a place of attraction and scouting at an international level. The mission of EDIT Napoli is alive with the desire to shine the spotlight on a type of sustainable design, on the territoriality and quality of the products exhibited, despite the quantity, supporting production processes that combine craftsmanship with design in replicable pieces. "The melting pot is always a bearer of novelties and with EDIT we have been working on this front since the first edition. Bringing different realities into dialogue to increase their value has always been one of our goals;

just think of how we structure the CULT program, through a meticulous and long curatorial work that combines projects with prestigious locations in the city, giving life to a series of widespread exhibitions capable of highlighting content and container" says Domitilla Dardi. Alongside the winners of the previous edition, Giorgio Bena and ruga.perissinotto, there are also numerous returning companies, such as Dante Negro, De Marchi Verona, Eleit.it, Marco Ripa, MAS Design, Mediterranea Design, Monostudio, SKNYPL, but also newcomers such as Daniela Pinotti, Ethimo, Luca Gruber, Testatonda Studio and many others. An increasingly profiled selection focused on the world of living and slow living with products ranging from ceramics to textiles, from furnishings to coverings, accessories and lights. The winner of the award for the best unreleased product is Parasite 2.0 x Bianco67 for the main area, while Atelier Nuanda is the winner of the Seminario section with Plico, special mention for the work of Monostudio, Oikos and Studio Bovti. [editnapoli.com](http://editnapoli.com)

Parasite 2.0 x Bianco67 è il vincitore del premio per il miglior prodotto inedito per l'area main. Nella pagina a sinistra, Atelier Nuanda, vincitore della sezione Seminario.

Parasite 2.0 x Bianco67 is the winner of the prize for the best new product for the main area. Left page, Atelier Nuanda, winner of the Seminario



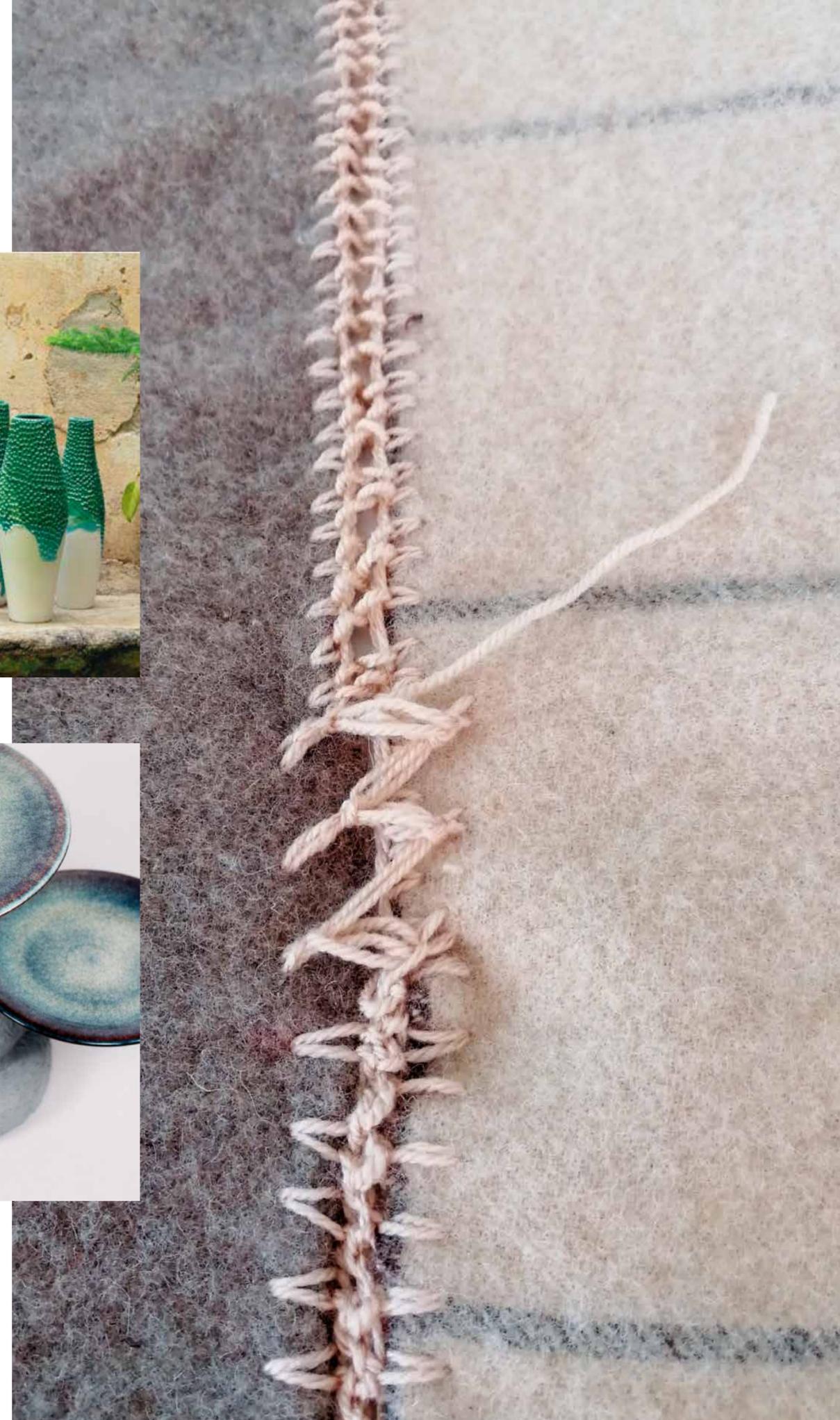
In alto, i tavolini Prama; a destra, Objects by Marie.

Above, Prama coffee tables; right, Objects by Marie.



Nella pagina a destra, in senso orario, gli Alberi ubriachi di Patrizia Italiano; il lavoro di Ruga Perissinotto, studio fondato da Alessandro Ruga e Carlotta Perissinotto e la creazione di Studio Bovti.

On the page to the right, clockwise, Alberi ubriachi by Patrizia Italiano; the work of Ruga Perissinotto, a studio founded by Alessandro Ruga and Carlotta Perissinotto and the creation of Studio Bovti.



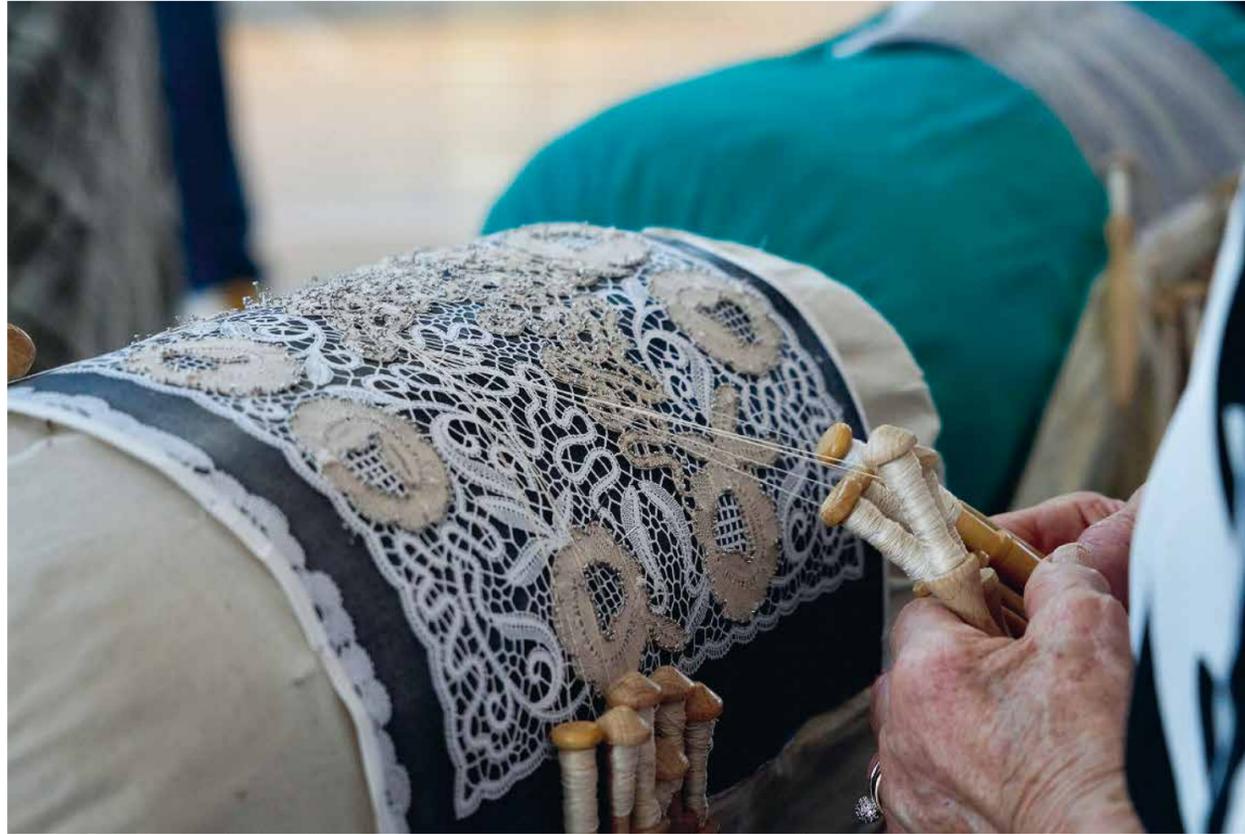


Sotto, l'esposizione all'Archivio di Stato (foto Eller Studio | Francesco Marano). Nella pagina a sinistra, Alcantara e Kengo Kuma firmano la scenografia del Simon Boccanegra in scena al Teatro di San Carlo. Sullo sfondo, De Marchi Verona (foto Andrea Maino).

Below, the exhibition at the State Archives (photo Eller Studio | Francesco Marano). Left page, Alcantara and Kengo Kuma sign the set design of the Simon Boccanegra on stage at the Teatro di San Carlo. In the background, De Marchi Verona (photo Andrea Maino).



TRADITIONS, LUXURY AND SUSTAINABILITY  
Alto Artigianato:  
tradizioni, lusso e sostenibilità



A cura di Assia Karagiozova

Salone dell'Alto Artigianato Italiano. La tradizione del merletto (foto: VELA S.p.a.). Nella pagina a destra, Homo Faber, celebration Buccellati (foto: Michelangelo Foundation).

Salone dell'Alto Artigianato Italiano (Salon of High Italian Craftsmanship). The tradition of lace (photo: VELA S.p.a.). Right page, Homo Faber, celebration Buccellati (photo: Michelangelo Foundation).



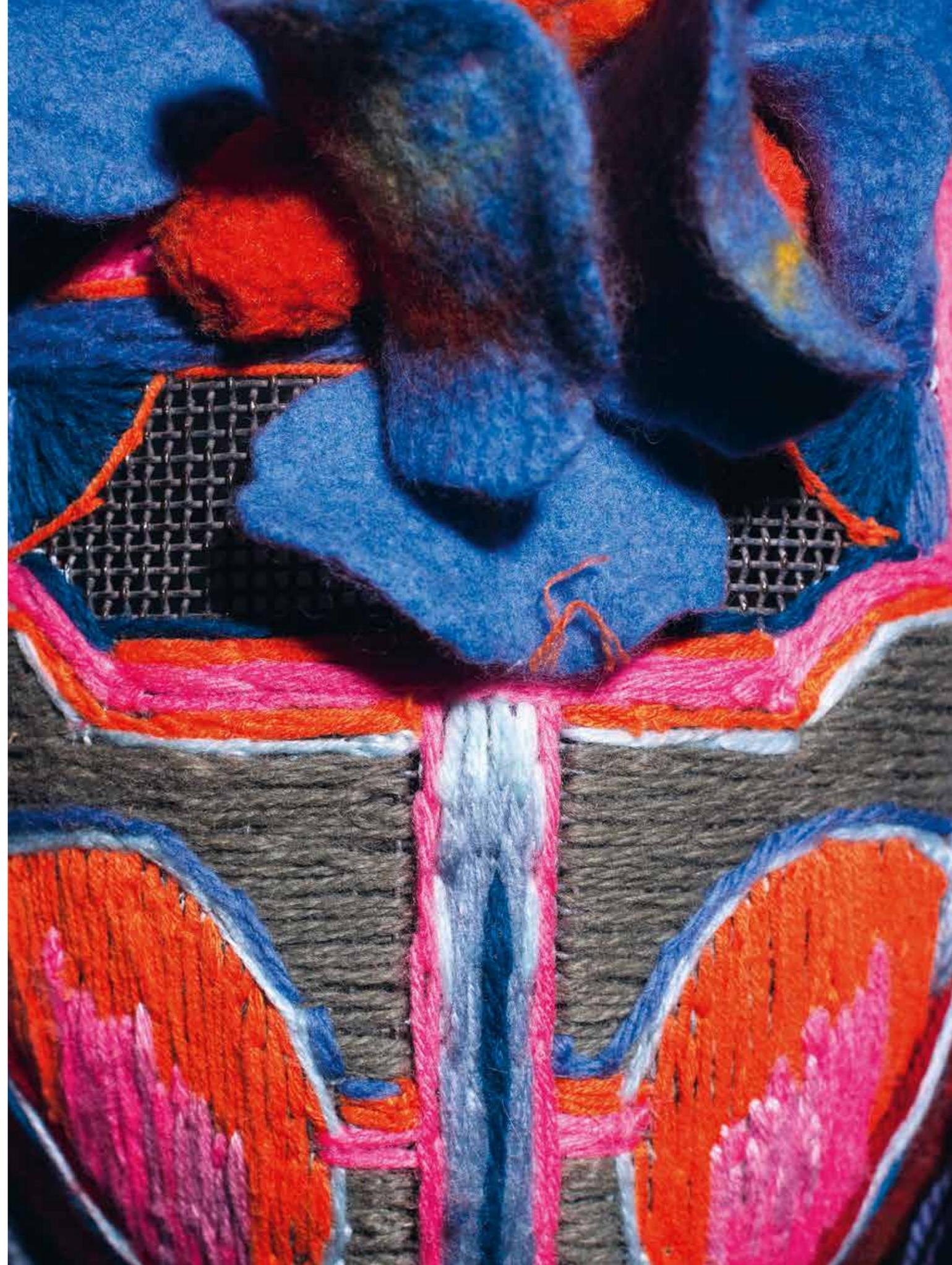


Salone dell'Alto Artigianato Italiano. Orsoni Venezia 1888: vetro in lastra (foto: VELA S.p.a.). Nella pagina a destra, Homo Faber, Blue Orchid Chief Mask Manufacture: Olk Manufactory. Artisan: Oksana Levchenya Konstantinovska (foto: Michelangelo Foundation).

Salone dell'Alto Artigianato Italiano. Orsoni Venezia 1888: sheet Glass (photo: VELA S.p.a.). Right page, Homo Faber, Blue Orchid Chief Mask Manufacture: Olk Manufactory. Artisan: Oksana Levchenya Konstantinovska (photo: Michelangelo Foundation).

L'Alto Artigianato è sempre più in primo piano nelle industrie della moda e dell'arredamento. Tra Fashion e Design Week, non solo per i dettagli e per gli accessori, bensì nelle intere produzioni, domina da protagonista apprezzato e pregiato, l'Hand-Made. I confini tra Arte, Design, Moda e Artigianato sono sempre più sottili e spesso indefiniti ed indefinibili. Conservare e sviluppare le trame culturali, improntate sui materiali tradizionali, nonché farle evolvere con soluzioni innovative, oggi è prioritario. Inoltre, avvicinare alla portata dei giovani le lavorazioni manuali è fondamentale anche per preservare le caratteristiche identificative di ogni nazione. La potenza del Made in Italy nel mondo è composta da molteplici sfaccettature: dal ricamo al vetro soffiato, dal merletto alla lavorazione del legno, dal ferro battuto alla pelletteria, dalla ceramica alla porcellana. Sono varie le tradizioni locali, che ogni regione custodisce. Tuttavia, come per le eccellenze industriali, anche per l'Alto Artigianato, cambiano alcuni parametri da osservare, di cui bisogna tenere conto: la sostenibilità e la circolarità dei materiali, la tempistica dello sviluppo prodotto, l'imballaggio, il trasporto, le modalità di esposizione, la facile scomponibilità del pezzo e la possibilità di manutenzione. Per far conoscere meglio e dare visibilità alle risorse preziose del patrimonio artigianale, le vetrine lagunari, esaustive e meticolosamente curate, Homo Faber e il Salone dell'Alto Artigianato Italiano, mettono a disposizione dell'ampio pubblico il saper fare storicamente affermato, ma anche delle realtà emergenti. Per la prima volta entrambe nello stesso anno, le due manifestazioni hanno riscosso un successo importante sul territorio veneziano, tra la curiosità dell'utente finale e la caccia della mano d'oro dell'imprenditore. È già annotato l'appuntamento per la prossima edizione del SAAI presso le Tese dell'Arsenale Nord: dal 2 al 5 di Ottobre 2025 si svolgerà l'iniziativa promossa dal Comune di Venezia ed organizzata da VELA S.p.a. Mentre, Homo Faber (giunta alla terza edizione, intitolata 'The Journey of Life') è un'esposizione internazionale biennale, all'Isola di San Giorgio Maggiore ed è opera della Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte e della Michelangelo Foundation, in collaborazione con la Fondazione Giorgio Cini. Alla prossima, nel 2026!

High Craftsmanship is increasingly taking center stage in the fashion and furniture industries. Between Fashion and Design Weeks, it is not just about details and accessories, but about entire productions, where Hand-Made stands as a valued and prized protagonist. The boundaries between Art, Design, Fashion, and Craftsmanship are becoming ever more subtle, often undefined and indefinable. Preserving and developing cultural narratives based on traditional materials, while evolving them with innovative solutions, is now a priority. Moreover, making manual craftsmanship accessible to young people is essential for preserving the identifying characteristics of each nation. The power of Made in Italy in the world is made up of many facets: from embroidery to blown glass, from lace to woodworking, from wrought iron to leather goods, from ceramics to porcelain. Each region preserves its own local traditions. However, as with industrial excellences, the parameters for High Craftsmanship are changing, and several aspects must be considered: the sustainability and circularity of materials, product development timelines, packaging, transportation, display methods, easy disassembly, and the possibility of maintenance. To promote and give visibility to the precious resources of the craft heritage, the meticulously curated showcases of Homo Faber and the Salone dell'Alto Artigianato Italiano provide the public with access to both historically established skills and emerging talents. For the first time in the same year, these two events achieved great success in the Venetian area, capturing the curiosity of end users and the 'golden hand' hunt of entrepreneurs. The date for the next edition of SAAI at the Tese dell'Arsenale Nord has already been noted: from October 2 to 5, 2025, the initiative promoted by the City of Venice and organized by VELA S.p.A. will take place. Meanwhile, Homo Faber (now in its third edition, entitled 'The Journey of Life') is a biennial international exhibition on the Island of San Giorgio Maggiore, organized by the Cologni Foundation for the Arts and the Michelangelo Foundation, in collaboration with the Giorgio Cini Foundation. See you in 2026!



## THE ART OF ENGRAVING L'arte dell'incisione



A cura di Francesca Casale

In questa intervista, il CEO di Russo Cammei, Marco, condivide la storia e la visione dell'azienda, illustrando come quattro generazioni di artigiani abbiano trasformato una piccola bottega napoletana in un marchio di eccellenza internazionale nel settore dei cammei.

**La sua famiglia ha una lunga tradizione di eccellenza nella lavorazione dei cammei e delle pietre preziose.**

**Qual è il segreto che vi ha permesso di mantenere questa eredità artigianale per oltre quattro generazioni?**

È dal 1896 che la nostra famiglia porta avanti questa tradizione. Indubbiamente, non è stato semplice mantenerla viva nel corso dei secoli, ma è stato possibile grazie alla grande passione e dedizione che abbiamo verso un'arte unica del territorio e che ci permette di dare lustro alla nostra città, alla quale siamo enormemente legati. Allo stesso tempo, essendo una tradizione di famiglia, ci ha sempre inorgogliato poterla portare nel mondo.

Per fare questo, ovviamente, è stato fondamentale stare sempre al passo coi tempi, per questo abbiamo provato a rendere il cammeo, considerato storicamente come un accessorio 'antico', un gioiello moderno e alla moda.

**L'azienda è presente in città italiane di prestigio e persino all'estero. Com'è cambiata la percezione del cammeo e delle vostre creazioni artigianali nei mercati internazionali, specialmente in paesi come Cina e Giappone?**

Essendo anche produttori, riforniamo diversi negozi che si trovano, perlopiù, nelle città d'arte o nei luoghi turistici visto che il cammeo è un prodotto che viene acquistato principalmente dai visitatori stranieri che tendono a preferire souvenir tipici del territorio.

In Italia, abbiamo clienti a Roma, Firenze, Bologna, Venezia ma anche in Sicilia, Sorrento e Capri.

All'estero il discorso è un po' diverso, perché il Giappone è stato quello che storicamente ha colto maggiormente il senso artistico di questa tradizione e ha sempre prediletto le creazioni dei migliori maestri incisori, considerandoli delle vere e proprie opere d'arte.

In America, invece, è apprezzato maggiormente il prodotto di gioielleria, mentre in Cina c'è un gusto più trasversale che va dalla produzione classica a moderna e fashion del made in Italy.

**Il Museo del Palazzo del Corallo a Ercolano è diventato un punto di riferimento per i turisti. Quale valore aggiunto apporta questa iniziativa alla vostra azienda e alla valorizzazione del territorio campano?**

All'interno del nostro progetto, il Palazzo del Corallo (nostra storica sede, riaperta al pubblico nel 2017) svolge un ruolo cruciale. Presso il Palazzo abbiamo, infatti, la possibilità di entrare in contatto direttamente col consumatore finale così da poter testare dal vivo il gusto e le sensazioni dei nostri visitatori. Inoltre, a breve ci sarà l'ufficializzazione dell'area dedicata al Museo (già presente presso



La collezione Clarissa è in argento con pavé di zirconi composta da orecchini e ciondolo. Nella pagina accanto, Elisabetta in argento e zirconi composta da orecchini, bracciale, anelli (di due dimensioni diverse) e ciondoli (di due dimensioni diverse). Nella pagina successiva, Divina è una collezione in oro con cammei classici formata da spilla/ciondolo, ciondolo, orecchini e anello.

The Clarissa collection is crafted in silver with a pavé of zirconia, consisting of earrings and a pendant. On the following page, the Elisabetta collection, in silver and zirconia, includes earrings, a bracelet, rings (in two different sizes), and pendants (in two different sizes). On the next page, Divina is a collection in gold featuring classic cameos, composed of a brooch/pendant, pendant, earrings, and a ring.

la nostra sede) che ci permetterà di tessere nuove relazioni internazionali anche con altre realtà museali. Ovviamente questo aspetto arricchirà la nostra realtà di un grande valore artistico/culturale e ci permetterà di dare più prestigio al brand che stiamo provando a promuovere in giro per il mondo.

**Come vede il futuro della vostra azienda e quale ruolo giocheranno l'innovazione e le nuove tecnologie nella produzione dei cammei?**

Il futuro è sempre legato all'innovazione, ovviamente parliamo sempre di una modernità che si muove nel solco della tradizione. Lo scopo è di penetrare sempre di più in mercati nuovi per far conoscere la nostra arte e la nostra unicità, anche attraverso una gioielleria che sia al passo coi tempi ma allo stesso tempo anche elegante e legata alla tradizione. Un obiettivo non facile da ottenere, ma sul quale già stiamo lavorando da qualche anno e che ci sta dando molte soddi-

sfazioni ed è lì che intravediamo il nostro futuro.

**Quali nuovi progetti o collezioni possiamo aspettarci dalla Russo Cammei nei prossimi anni?**

Tra i progetti imminenti e in fase di definizione c'è il Museo (realizzato in collaborazione con l'Università Vanvitelli di Napoli) che a breve verrà inaugurato all'interno del Palazzo del Corallo.

È un progetto, come detto, molto affascinante e che ci stimola molto in virtù di tutte le sinergie che può scaturire.

Ovviamente, ci preme continuare lungo la via tracciata negli ultimi anni, puntando sul binomio innovazione/tradizione nella creazione di collezioni sempre nuove che possano abbracciare il gusto della donna moderna e che ci permettano di presentarci alle platee internazionali con un prodotto unico e di assoluto fascino.

russocammei.it



*In this interview, Marco, the CEO of Russo Cammei, shares the history and vision of the company, illustrating how four generations of artisans have transformed a small Neapolitan workshop into a globally recognized brand of excellence in the cameo sector.*

**His family has a long tradition of excellence in working cameos and precious stones. What is the secret that has allowed you to maintain this artisanal legacy for over four generations?**

*Since 1896, our family has carried on this tradition. Undoubtedly, it has not been easy to keep it alive over the centuries, but it has been possible thanks to the great passion and dedication we have for a unique craft of the region, which allows us to bring honor to our city, to which we are deeply connected. At the same time, being a family tradition, we have always been proud to share it with the world. To achieve this, of course, it has been crucial to stay up to date with the times. That is why we have worked to transform the cameo, traditionally seen as an 'antique' accessory, into a modern, fashionable piece of jewelry.*

**The company is present in prestigious Italian cities and even abroad. How has the perception of cameos and your artisanal creations changed in international markets, especially in countries like China and Japan?**

*As manufacturers, we supply several stores, mostly located in art cities or tourist destinations, as the cameo is a product that is mostly purchased by foreign visitors who tend to prefer typical souvenirs from the region. In Italy, we have clients in Rome, Florence, Bologna, Venice, but also in Sicily, Sorrento, and Capri. Abroad, the situation is a bit different, as Japan has historically been the country that most understood the artistic value of this tradition and has always favored creations by the best master engravers, considering them true works of art. In America, cameos are more appreciated as jewelry, while in China, there is a more diverse taste that spans from classic to modern and fashion-forward Made in Italy designs.*

**The Museum of the Coral Palace in Herculaneum has become a point of reference for tourists. What added value does this initiative bring to your company and to the enhancement of the Campanian territory?**

*Within our project, the Coral Palace (our historic headquarters, reopened to the public in 2017) plays a crucial role. Here, we have the opportunity to directly engage with the final consumer, testing firsthand the tastes and impressions of our visitors. Moreover, the area dedicated to the Museum (already present at our headquarters) will soon be officially inaugurated, allowing us to build new international relationships with other museum institutions. This aspect will certainly enrich our reality with significant artistic and cultural value, while also enhancing the prestige of the brand we are striving to promote worldwide.*



**How do you see the future of your company, and what role will innovation and new technologies play in the production of cameos?**

*The future is always linked to innovation, though we are talking about modernity that moves within the framework of tradition. The goal is to penetrate new markets to showcase our art and uniqueness, also through jewelry that is both contemporary and elegant, while still honoring tradition. It's a goal that is not easy to achieve, but one we have been working on for a few years and which is already yielding much satisfaction. This is where we envision our future.*

**What new projects or collections can we expect from Russo Cammei in the coming years?**

*Among the upcoming and ongoing projects is the Museum (created in collaboration with the University of Vanvitelli in Naples), which will soon be inaugurated within the Coral Palace. It is a truly fascinating project that excites us, given the synergies it could generate. Of course, we are also committed to continuing along the path we've set in recent years, focusing on the balance between innovation and tradition in the creation of new collections that appeal to the modern woman's taste and allow us to present ourselves to international audiences with a unique and captivating product. russocammei.it*

# Nike: Form Follows Motion

A cura di Paola Molteni



In alto/top, Key Visual 'Nike: Form Follows Motion'. © Vitra Design Museum, graphic design: Daniel Streat. A destra/right, 'Nike Sport Shoes' poster, featuring, Tennessee State Tigerbelles, 1978 © Nike, Inc.



Sport **NIKE** Shoes



In alto/top, 3D grown shoe from the experimental series 'The Nature of Motion', Nikita Troufanov, 2016 © Nike, Inc. Nella pagina a fianco, in senso orario/opposite, clockwise, Drawing of the original Swoosh Design, Carolyn Davidson, 1972 © Nike, Inc.; Oregon Waffle Trainer, 1973 © Nike, Inc., (ph Jeff Johnson); Early Mechanical Shox Prototype, 1981 © Nike, Inc.



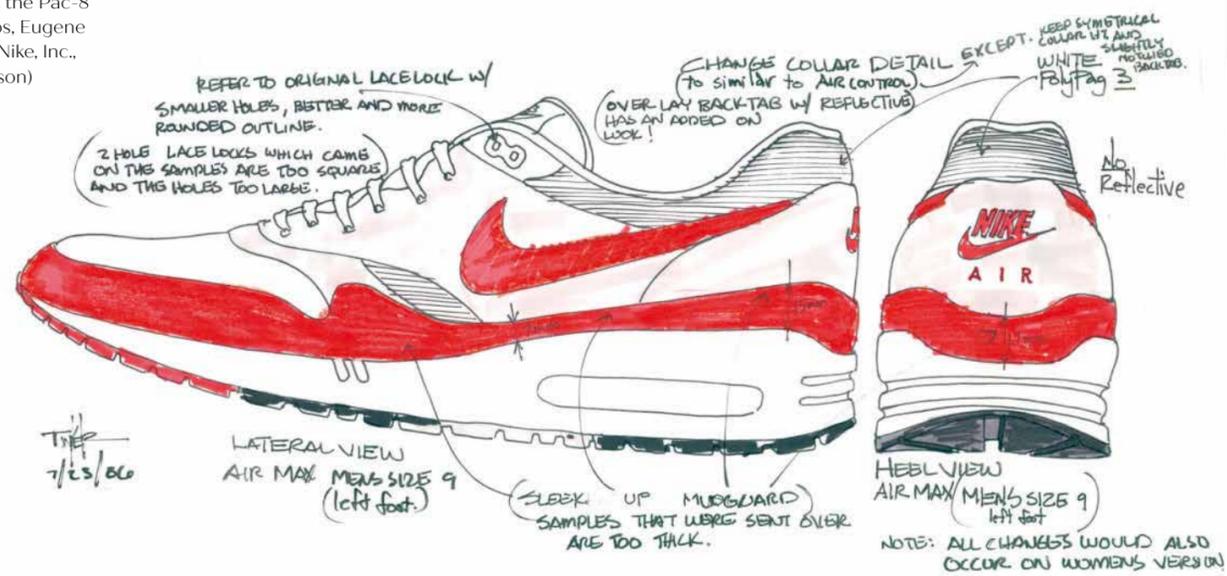
Vitra Design Museum ospita fino al 4 maggio 2025 la prima mostra dedicata al marchio sportivo più famoso al mondo: 'Nike: Form Follows Motion'. La mostra esplora l'ascesa dell'azienda in cinque decenni, dagli albori di una piccola start-up al diventare un fenomeno globale, il tutto passando attraverso la storia del design. L'azienda, che compie i primi passi negli anni '60 lanciando il suo celebre logo a baffo, l'iconico 'swoosh', ha portato sul mercato prodotti inconfondibili come le Air Max Flyknit. Di recente la sua inventiva è dedicata alla ricerca dei materiali di domani e alla sostenibilità. Proprio in occasione dell'anno dei Giochi Olimpici e Paralimpici a Parigi, e degli Europei di calcio in Germania, la mostra punta a sottolineare il ruolo innovativo svolto dallo sport sia nel campo del design che delle dinamiche sociali, facendo luce sulla devozione quasi mitica che la cultura popolare e i social media nutrono verso le sneaker e l'abbigliamento sportivo. L'esposizione, nata su iniziativa e prodotta dal Vitra Design Museum, è stata curata da Glenn Adamson. Gran parte delle opere esposte provengono dal Department of Nike Archives (DNA), l'archivio di proprietà dell'azienda stessa, che custodisce ben oltre 200.000 oggetti. Una loro accurata selezione viene resa per la prima volta fruibile al pubblico, che può ammirare autentiche rarità, pezzi unici, e persino i prototipi sperimentali dei modelli di iconiche sneaker come le Waffle Trainer, le Air Force One, e le Shox, oltre agli studi originali sul design di calzature e abbigliamento. La mostra è strutturata in quattro aree cronologiche. La prima, Track, presenta i più antichi cimeli custoditi nell'archivio Nike. Il secondo capitolo, dal titolo Air, è dedicato agli anni '80, quando Nike spiccò letteralmente il volo. La terza stanza, Sensation, illustra alcuni capisaldi alla base della ricerca e dello sviluppo del design Nike. Il clou della mostra arriva nella Stanza 4, ed è dedicato alle collaborazioni fra Nike e designer esterni, atleti e il suo pubblico. [vitra.com](http://vitra.com)



Vitra Design Museum is hosting until May 4, 2025, the first exhibition dedicated to the world's most famous sports brand: "Nike: Form Follows Motion." The exhibition explores the company's rise over five decades, from the beginnings of a small start-up to becoming a global phenomenon, all through the lens of design history. The company, which took its first steps in the 1960s by launching its famous swoosh logo, has brought unmistakable products to the market like the Air Max Flyknit. Recently, its inventiveness is dedicated to researching the materials of tomorrow and sustainability. Precisely on the occasion of the year of the Olympic and Paralympic Games in Paris, and the European Football Championships in Germany, the exhibition aims to underline the innovative role played by sport both in the field of design and social dynamics, shedding light on the almost mythical devotion that popular culture and social media have towards sneakers and sportswear. The exhibition, initiated and produced by the Vitra Design Museum, was curated by Glenn Adamson. Much of the works on display come from the Department of Nike Archives (DNA), the company's own archive, which holds well over 200,000 objects. A careful selection of them is made available to the public for the first time, allowing visitors to admire authentic rarities, unique pieces, and even experimental prototypes of iconic sneaker models like the Waffle Trainer, Air Force One, and Shox, as well as original studies on footwear and clothing design. The exhibition is structured in four chronological areas. The first, Track, presents the oldest memorabilia preserved in the Nike archive. The second chapter, titled Air, is dedicated to the 1980s when Nike literally took flight. The third room, Sensation, illustrates some cornerstones underlying Nike's design research and development. The highlight of the exhibition comes in Room 4, which is dedicated to collaborations between Nike and external designers, athletes, and its audience. [vitra.com](http://vitra.com)



In alto/top, Phil Knight and Bill Giampetro at first Nike plant in Exeter (USA), 1974 © Nike, Inc.  
 Sotto/below, Sketch of Air Max, Tinker Hatfield, 1986 © Nike, Inc. Nella pagina a fianco/opposite, Steve Prefontaine at the Pac-8 Championships, Eugene (USA), 1973 © Nike, Inc., (ph: Jeff Johnson)



**XTRA** in motion

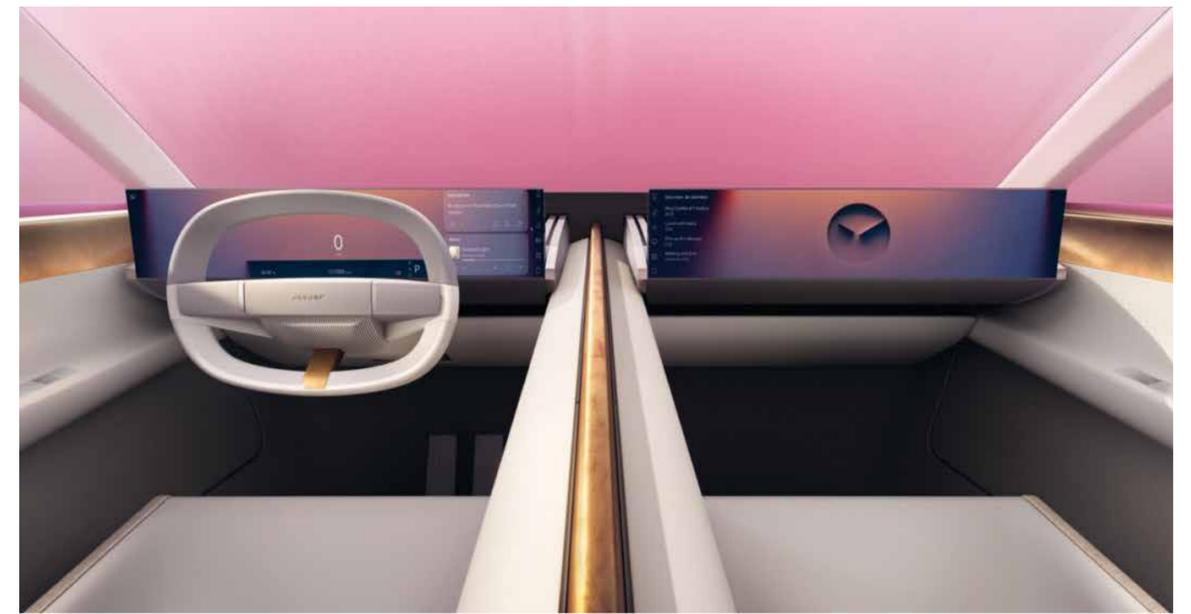
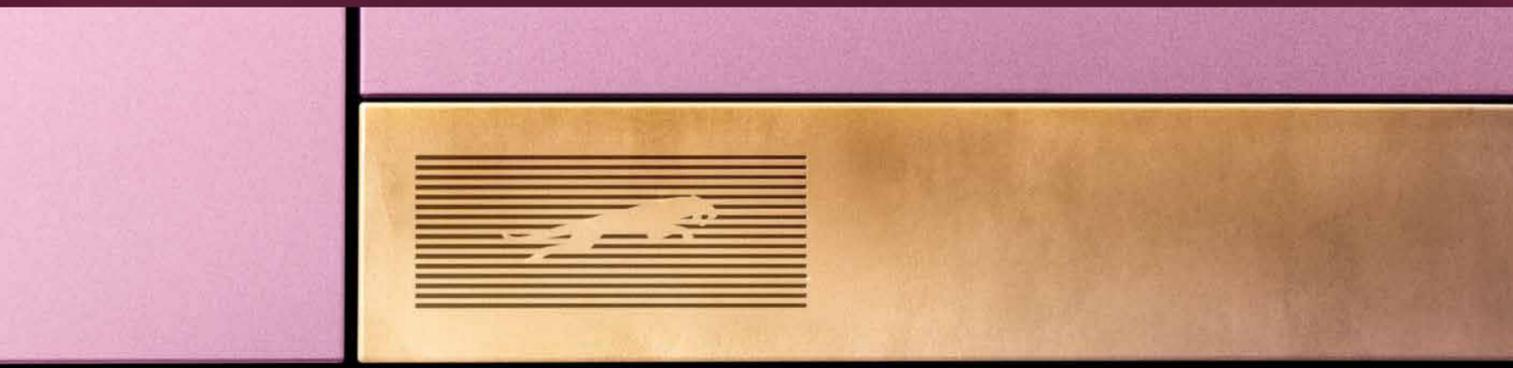
THE MAGIC OF JAGUAR  
**La magia di Jaguar**

A cura di Diego Parni



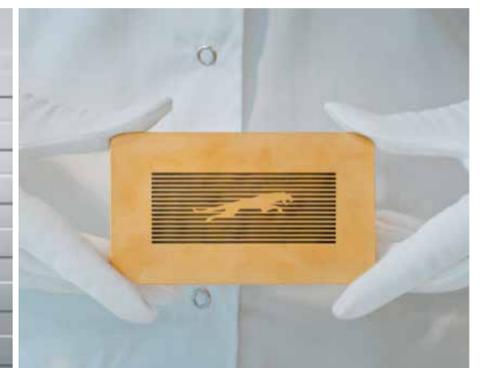
La Type 00 viene presentata in due colori, denominati Miami Pink e London Blue. Il portellone posteriore senza vetri, e il tetto panoramico con vetri armonizzati con la carrozzeria, creano una sensazione scultorea.

The Type 00 is presented in two striking colors, Miami Pink and London Blue. Its rear hatch without glass and the panoramic roof, featuring glass seamlessly harmonized with the bodywork, contribute to its sculptural allure.



La Type 00 è la manifestazione fisica di Exuberant Modernism, la nuova filosofia creativa di Jaguar. Il prefisso Type è un chiaro riferimento alla provenienza del marchio e a modelli iconici come la pionieristica E-type. Il primo zero si riferisce alle emissioni zero allo scarico. Il secondo rappresenta il suo status di auto zero nel nostro nuovo lignaggio. Il suo design visionario sfida le convenzioni dei veicoli elettrici attraverso un cofano allungato, un'ampia linea del tetto, cerchi in lega da 23 pollici, un profilo fastback e una coda rastremata che danno vita ad una spettacolare silhouette caratterizzata da superfici sofisticate e moderniste. Questo design è stato reso possibile dall'esclusiva architettura JEA (Jaguar Electrical Architecture). "La Type 00 è una pura espressione della nuova filosofia creativa di Jaguar. Ha una presenza inconfondibile. È il risultato di un pensiero creativo coraggioso e senza vincoli e di una determinazione incrollabile. È la nostra prima manifestazione fisica e la prima componente di una nuova famiglia di Jaguar che sarà diversa da qualsiasi cosa abbiate mai visto. Una visione che mira al più alto livello di impegno artistico". dichiara Il Professor Gerry McGovern OBE, Chief Creative Officer di JLR. [jaguar.com/copy-nothing](http://jaguar.com/copy-nothing)

The Type 00 embodies Exuberant Modernism, Jaguar's bold new creative philosophy. The prefix Type pays homage to the brand's heritage and iconic models, such as the pioneering E-Type. The first zero signifies zero tailpipe emissions, while the second underscores its role as the foundational model in Jaguar's new lineage. Its visionary design challenges the conventions of electric vehicles, featuring a long hood, a sweeping roofline, 23-inch alloy wheels, a fastback profile, and a tapered rear that combine to create a breathtaking silhouette defined by sophisticated, modernist surfaces. This innovative design is made possible by Jaguar's exclusive JEA (Jaguar Electrical Architecture). "The Type 00 is a pure expression of Jaguar's new creative philosophy. It has an unmistakable presence. It is the result of bold, unconstrained creative thinking and unwavering determination. It is our first physical manifestation and the inaugural member of a new Jaguar family that will be unlike anything you've ever seen - a vision aspiring to the highest levels of artistic commitment," states Professor Gerry McGovern OBE, Chief Creative Officer of JLR. [jaguar.com/copy-nothing](http://jaguar.com/copy-nothing)



**XTRA** leisure

BETWEEN HISTORY AND MODERNITY  
Tra storia  
e modernità

*A cura di Anguilla Segura*

A soli 15 minuti a piedi dal centro di Amalfi si trova l'Anantara Convento di Amalfi Grand Hotel, ex convento dei Cappuccini del XIII secolo costruito a picco sulla scogliera.

*Just a 15-minute walk from the center of Amalfi lies the Anantara Convento di Amalfi Grand Hotel, a former 13th-century Capuchin convent perched on a cliffside.*





Il design degli interni, che si ispira al convento e alla vita semplice dei monaci che per secoli hanno abitato questo luogo, ha adottato materiali naturali, quali legno, pelle, fibre naturali e metalli, impreziositi da dettagli di lusso.

*The interior design, inspired by the convent and the simple life of the monks who lived there for centuries, incorporates natural materials such as wood, leather, natural fibers, and metals, enhanced with luxurious details.*



Da sinistra, cannelloni ripieni di baccalà e patate, vongole e alga spirulina, tortelli al formaggio di capra, fave e datterini gialli, cannelloni ripieni di manzo con coulis di pomodoro.

From left, cannelloni stuffed with cod and potatoes, clams and spirulina algae, goat cheese tortelli, broad beans and yellow datterini tomatoes, cannelloni stuffed with beef and tomato coulis.



L'albergo, con un totale di 52 camere e suite, ospita anche il ristorante gourmet Dei Cappuccini a cura dell'Executive Chef Claudio Lanuto e la pizzeria La Locanda della Canonica by Gino Sorbillo.

The hotel, with a total of 52 rooms and suites, also features the gourmet restaurant Dei Cappuccini, helmed by Executive Chef Claudio Lanuto, and the pizzeria La Locanda della Canonica by Gino Sorbillo.

**D**a convento a Spa di lusso. Un tempo luogo di raccoglimento e preghiera, oggi l'Anantara Convento di Amalfi Grand Hotel rappresenta un'elegante fusione tra la spiritualità del passato e il lusso moderno. Questo antico convento del XIII secolo, costruito a picco sul Mediterraneo, ha trasformato la sua atmosfera ascetica in un esclusivo santuario del benessere, pur mantenendo intatta la sua aura di pace e serenità. Gli ambienti storici del convento, come i chiostri e le antiche celle dei monaci, oggi accolgono gli ospiti in lussuose suite, dove la semplicità monastica si incontra con dettagli raffinati e materiali pregiati. Il contrasto tra la quiete spirituale e il comfort opulento emerge in ogni angolo: dal travertino caldo della Spa ai profumati giardini di limoni, che invitano alla riflessione e al relax. Le esperienze benessere proposte dalla Spa si arricchiscono di questo fascino unico, portando gli ospiti in un viaggio tra storia e modernità, dove le antiche mura trasmettono un senso di pace e contemplazione, mentre i trattamenti olistici, come l'hammam e il massaggio aromaterapico, offrono un comfort rigenerante all'ombra della spiritualità passata. La struttura ha aperto le porte accogliendo i suoi ospiti in camere e suite elegantemente rinnovate dopo un lavoro di ristrutturazione dell'edificio, risalente a 800 anni fa, che ha preservato con attenzione le caratteristiche storiche del luogo, tra cui i chiostri e la chiesa barocca, completa di altare in marmo e pavimento in maiolica. Della facciata sono stati attentamente conservati i materiali e i colori originali. Il design degli interni si ispira al convento e alla vita semplice e artigianale dei monaci che per secoli hanno abitato questo luogo, con materiali naturali - legni, pelli, fibre naturali e metalli, impreziositi da dettagli di lusso che contraddistinguono il brand Anantara. L'albergo, con un totale di 52 camere e suite, ospita anche il ristorante gourmet Dei Cappuccini a cura dell'Executive Chef Claudio Lanuto, La Pizzeria La Locanda della Canonica by Gino Sorbillo, la seconda Spa italiana firmata Anantara e una palestra panoramica all'aperto di ultima generazione, con attrezzature all'avanguardia TechnoGym. Inoltre, la struttura offre un'ampia terrazza con piscina a sfioro sul bordo della scogliera e una Cappella del XIII secolo, una dei luoghi più esclusivi della costiera amalfitana. [anantara-hotels.com](http://anantara-hotels.com)

**F**rom convent to luxury spa. Once a place of reflection and prayer, today the Anantara Convento di Amalfi Grand Hotel represents an elegant fusion between the spirituality of the past and modern luxury. This ancient 13th-century convent, built perched over the Mediterranean, has transformed its ascetic atmosphere into an exclusive wellness sanctuary, while keeping its aura of peace and serenity intact. The historical environments of the convent, such as the cloisters and the old monks' cells, now welcome guests in luxurious suites, where monastic simplicity meets refined details and precious materials. The contrast between spiritual tranquility and opulent comfort emerges in every corner: from the warm travertine of the spa to the fragrant lemon gardens, which invite reflection and relaxation. The wellness experiences offered by the spa are enriched by this unique charm, taking guests on a journey between history and modernity, where the ancient walls convey a sense of peace and contemplation, while holistic treatments, such as the hammam and aromatherapy massage, offer regenerating comfort in the shadow of past spirituality. The establishment has opened its doors, welcoming its guests into elegantly renovated rooms and suites after restoration work on the 800-year-old building, which has carefully preserved the historical features of the place, including the cloisters and the baroque church, complete with marble altar and majolica floor. The original materials and colors of the facade have been carefully conserved. The interior design is inspired by the convent and the simple, artisanal life of the monks who inhabited this place for centuries, with natural materials - woods, leathers, natural fibers, and metals - enriched by luxury details that distinguish the Anantara brand. The hotel, with a total of 52 rooms and suites, also hosts the gourmet restaurant Dei Cappuccini curated by Executive Chef Claudio Lanuto, the pizzeria La Locanda della Canonica by Gino Sorbillo, the second Italian Anantara Spa, and a state-of-the-art outdoor panoramic gym with cutting-edge TechnoGym equipment. Furthermore, the establishment offers a large terrace with an infinity pool on the edge of the cliff and a 13th-century chapel, one of the most exclusive places on the Amalfi Coast. [anantara-hotels.com](http://anantara-hotels.com)



## Made in Courmayeur

*A cura di Paola Molteni  
Foto di Auberge de la Maison, La Chaumière Courmayeur*

Un'occasione per scoprire sapori ricchi e autentici, i ristoranti di Courmayeur propongono zuppe fumanti, come quella di castagne, brasati di carne, accompagnati da polenta morbida e risotti cremosi, arricchiti dai funghi raccolti nei boschi circostanti. Senza dimenticare i prodotti locali come la Fontina DOP, il Lard d'Arnad o il Fromadzo che offrono ai visitatori un'esperienza gastronomica che celebra la tradizione del territorio. Per chi desidera portare a casa un assaggio dei sapori tipici, la valle offre una serie di prodotti accuratamente selezionati e coltivati con passione. Birre, Genepy, yogurt freschi, miele, formaggi e carni che portano con loro l'anima inconfondibile della montagna. Il marchio Made in Courmayeur certifica la qualità di questi prodotti che rispettano metodiche consolidate per produzione, trasformazione, conservazione e stagionatura, radicate da almeno cinque anni nel territorio. Le materie prime devono provenire esclusivamente dalla Valle d'Aosta, e la produzione deve avvenire a Courmayeur o - in caso di filiera parziale - almeno la materia prima o il processo produttivo devono essere legati al comune di Courmayeur. [courmayeurmontblanc.it](http://courmayeurmontblanc.it)



An invitation to explore rich and authentic flavors, the restaurants of Courmayeur present steaming bowls of soups like chestnut, slow-braised meats paired with soft polenta, and creamy risottos enhanced by mushrooms foraged from the nearby woods. Highlighting local products such as Fontina DOP, Lard d'Arnad, and Fromadzo, these establishments provide guests with a culinary experience that celebrates the region's proud traditions. For those wishing to bring a taste of Courmayeur home, the valley offers a selection of products crafted with care and deep-rooted passion. Local beers, Genepy, fresh yogurts, honey, cheeses, and cured meats capture the unmistakable spirit of the mountains. The Made in Courmayeur label certifies the quality of these products, ensuring they follow established methods of production, transformation, preservation, and aging, rooted in the area for at least five years. The ingredients must originate exclusively from the Aosta Valley, and production must take place in Courmayeur or, in cases of partial sourcing, must have either the raw material or production process linked directly to the town of Courmayeur. [courmayeurmontblanc.it](http://courmayeurmontblanc.it)

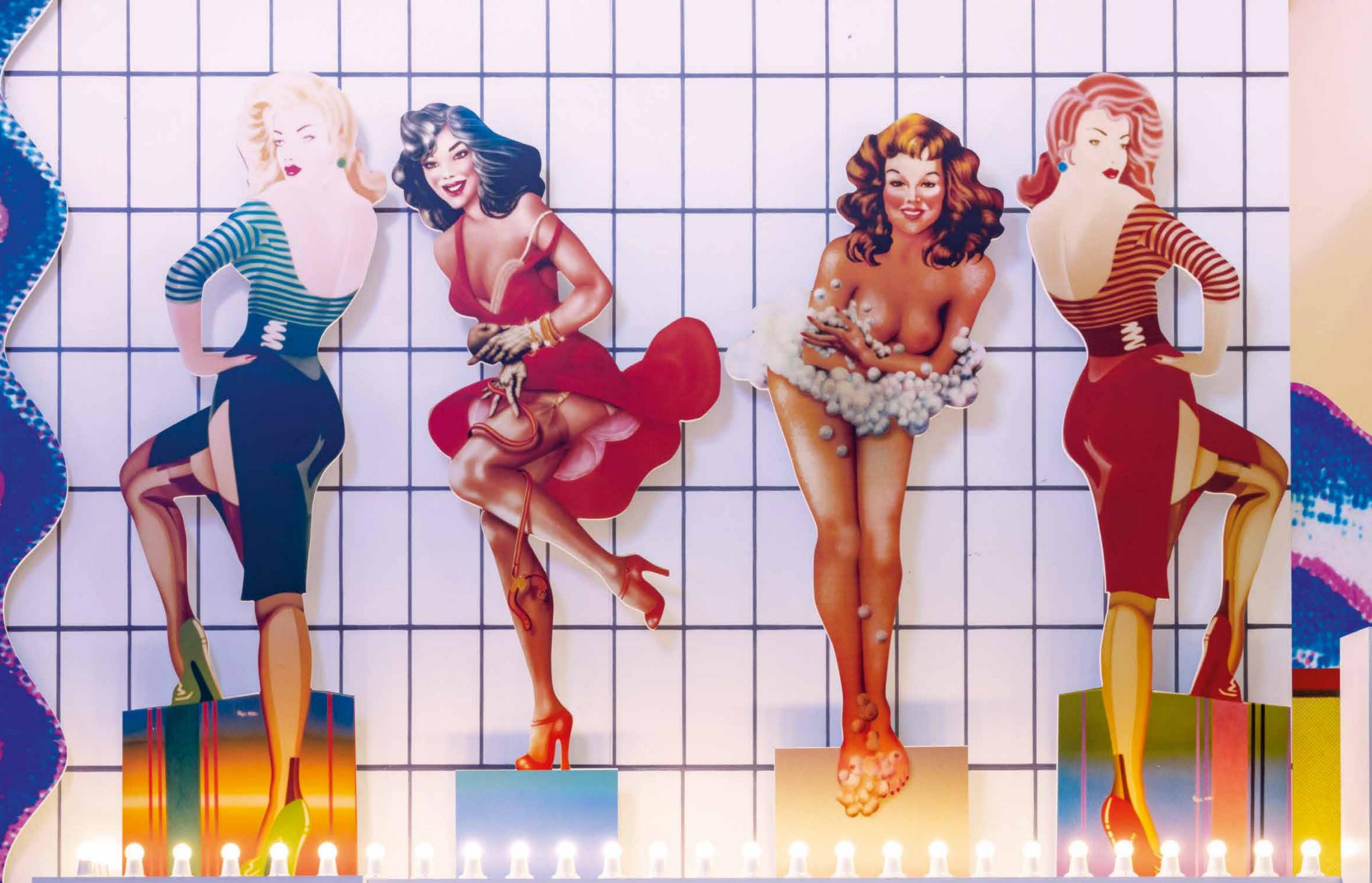


Ogni piatto e ogni sorso raccontano una storia di qualità, passione e legame con la montagna. In apertura e a sinistra, L'Auberge de la Maison. Qui sopra, piatto del ristorante La chaumière.

Every dish and every sip tell a story of quality, passion, and a deep connection to the mountains. Above and to the left, L'Auberge de la Maison. Above, a dish from the restaurant La Chaumière.

# Elio Fiorucci

A cura di Masha Sirago



Dal 6 novembre 2024 al 16 marzo 2025 la mostra Elio Fiorucci è in esposizione alla Triennale di Milano. A cura di Judith Clark con progetto di allestimento di Fabio Cherstich, la mostra – in assoluto la più grande e ricca di opere e documenti mai dedicata a questa figura unica – vuole restituire le differenti dimensioni creative di Elio Fiorucci (Milano, 1935-2015), imprenditore, cool hunter, fondatore dell'omonimo marchio che a partire dagli anni Sessanta ha rivoluzionato il costume, la moda e la scena dell'arte contemporanea in Italia. Si tratta di una retrospettiva dal chiaro intento biografico,

che include le vicende umane, imprenditoriali e culturali di Elio Fiorucci, portando uno sguardo nuovo sulla sua figura. Presenta inoltre le ricerche sviluppate da accademici e da collaboratori, raccontando la visione unica di Fiorucci e una serie di esperimenti che hanno rivoluzionato la moda e il marketing italiano e globale. L'esposizione si focalizza in particolare sulla vita e sulla biografia dello stilista: vengono presentati, seguendo un ordine cronologico, sia materiali provenienti dal suo archivio personale che prodotti industriali, raccontando l'inconfondibile estetica di Fiorucci. [triennale.org](http://triennale.org)

From November 6, 2024, to March 16, 2025, the Elio Fiorucci exhibition will be on display at the Triennale di Milano. Curated by Judith Clark, with an installation design by Fabio Cherstich, this exhibition – the most comprehensive ever dedicated to this singular figure – aims to illuminate the multifaceted creative world of Elio Fiorucci (Milan, 1935–2015). An entrepreneur, trend forecaster, and founder of the eponymous brand, Fiorucci revolutionized fashion, culture, and contemporary art in Italy beginning in the 1960s. This retrospective, with a distinctly biographical approach, delves into the

personal, entrepreneurial, and cultural dimensions of Fiorucci's life, offering fresh perspectives on his legacy. It also showcases insights from academics and collaborators, shedding light on Fiorucci's unique vision and a series of groundbreaking experiments that transformed both Italian and global fashion and marketing. Particular attention is devoted to Fiorucci's life story and biography. Following a chronological order, the exhibition features materials from his personal archive alongside industrial products, offering a narrative of his unmistakable aesthetic and its enduring influence. [triennale.org](http://triennale.org)