



Backstage della sfilata Iceberg collezione A/I 2013-14 a Milano Moda Uomo

28 Diario di bordo
di *Enrico Maria Albamonte*

30 David Bowie, il ritorno del Duca Bianco
di *Enrico Maria Albamonte*

36 Milano Moda Uomo
Il nuovo classico in marcia verso il futuro
di *Enrico Maria Albamonte*

42 Upcoming Brands
di *Valeria Garavaglia*

44 Tendenze A/I 2013-14: Visti a Pitti Uomo
di *Valeria Garavaglia*

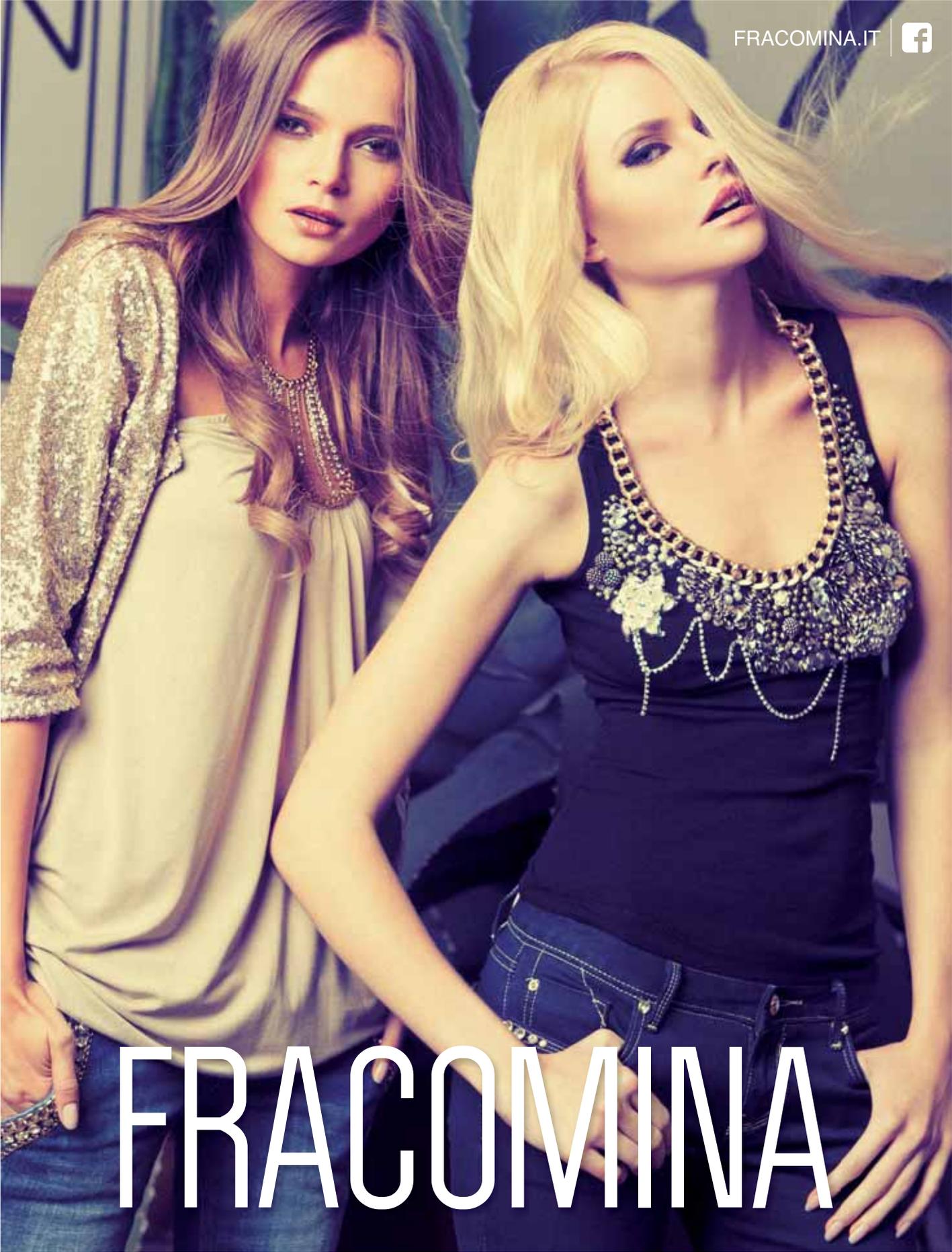
46 Marc Newson, il problem solver del design
di *Valeria Garavaglia*



di Enrico Maria Albamonte

Ridi-cool

A Milano il carnevale arriva spesso in anticipo. Basta dare un'occhiata alla strana folla di ragazzotti dal curioso abbigliamento che gremiscono le cosiddette "locations" delle sfilate maschili di gennaio, spesso imbucati o speranzosi di essere paparazzati dalle clonazioni tristi del talentuoso Scott Schuman, che ha inventato un genere: la cronaca digitale dello streetwear per immagini. Beh, nell'ultima edizione di Milano Moda Uomo forse abbiamo toccato il fondo: abbiamo visto gonne (maschili) maculate e sgualcite con spacco su leggings alla Olivia Newton John, cappe lunghe da jettatore pirandelliano complete di funerei cappelli hamish, berrettini neri con orecchie pon pon fucsia alla Mickey Mouse (portate da un esponente del sesso maschile), occhiali tondissimi da macchietta abbinati a cappello color magenta dalle ampie falde. E poi anche felpe a tutto volume di denim sfilacciato con pantaloni da jogging che mostrerebbero i glutei a un cieco, per finire con ragazzi pettinati come in Hairspray, con tanto di "ciuffo assassino". Insomma altro che circo. In realtà anche le passerelle maschili per il prossimo inverno, come è evidente dal nostro reportage a pagina 36, pur se con prudenza, dimostrano che anche gli uomini possono rileggere con estro i canoni dello stile codificato dagli atelier di Londra. Ma certe stramberie extra passerella dovrebbero essere riservate alle donne, alle quali spesso tutto si concede. Specialmente se non sono pseudo-blogger improvvisate ma acute e competenti osservatrici del costume e della moda. Ora la domanda sorge spontanea: ma abbiamo davvero bisogno di tutto ciò? Nessuno, tanto meno chi scrive, intende censurare la libertà di esprimersi di certi giovani e scalpitanti fashionisti - che forse prima di uscire di casa per precipitarsi alla sfilata di turno non si guardano abbastanza allo specchio - ma qui si esagera. Dice bene una mia intelligente e garbata collega la quale osserva che il nuovo relativismo estetico impone di ripensare tutto: qualunque look funziona o meno a seconda del contesto in cui si inserisce. E quando vediamo simili, deliranti aberrazioni, ci viene in mente una frase di Franco Moschino che aveva capito tutto: "Stop the fashion system!"



FRACOMINA

IL RITORNO DEL DUCA BIANCO

di *Enrico Maria Albamonte*



© John Robert Rowlands

ICONA FASHION ANTE LITTERAM, AMATO DA TUTTI GLI STILISTI, AMBIGUO E POLIEDRICO PERFORMER, PROTAGONISTA DELLA STORIA DEL POP. DAVID BOWIE NON MOLLA E TORNA A CANTARE IL NOSTRO TEMPO CON LA SUA VOCE CALDA E AFFASCINANTE. INTANTO DAL 23 MARZO AL 28 LUGLIO IL VICTORIA & ALBERT MUSEUM GLI DEDICA UNA RETROSPETTIVA CHE FIN D'ORA SI PREANNUNCIA MEMORABILE.

Impossibile trovare una rockstar più glamour e camaleontica di lui. Nonostante le sue 66 primavere e tutte le voci che lo vedevano già in pensione dal 2003, **David Bowie** è ancora pronto a salire sul palcoscenico con un album nuovo di zecca, "**The Next**", in uscita l'11 marzo. L'ultima

fatica del guru del rock è stata preceduta dal singolo "**Where are we now?**" uscito a gennaio il giorno del suo 66esimo compleanno, che rievoca i luoghi della sua esperienza berlinese. L'epoca in cui, negli anni 70, lavorava con **Brian Eno** per coniare la colonna sonora di un'intera

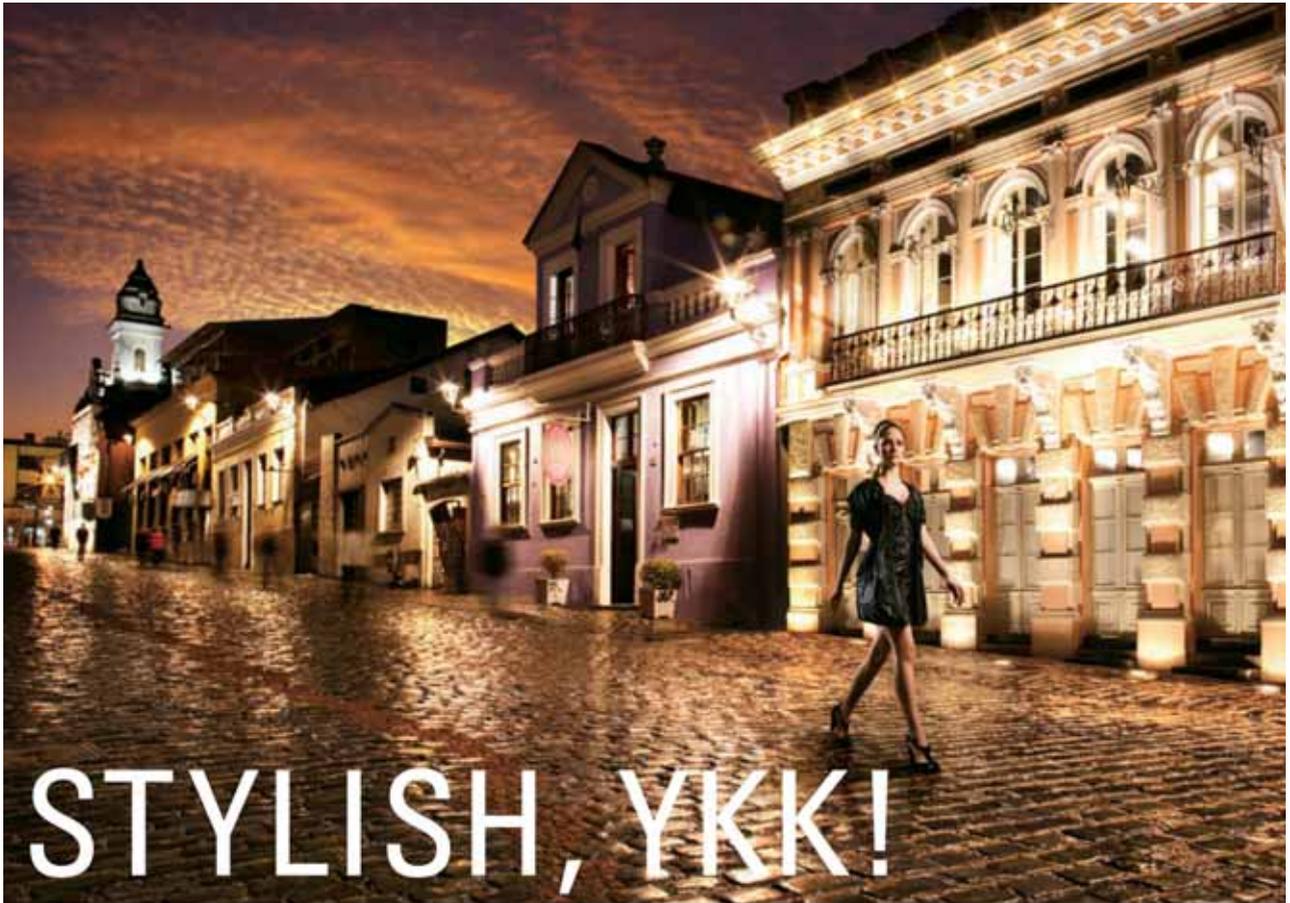
mood | 1.2.2013



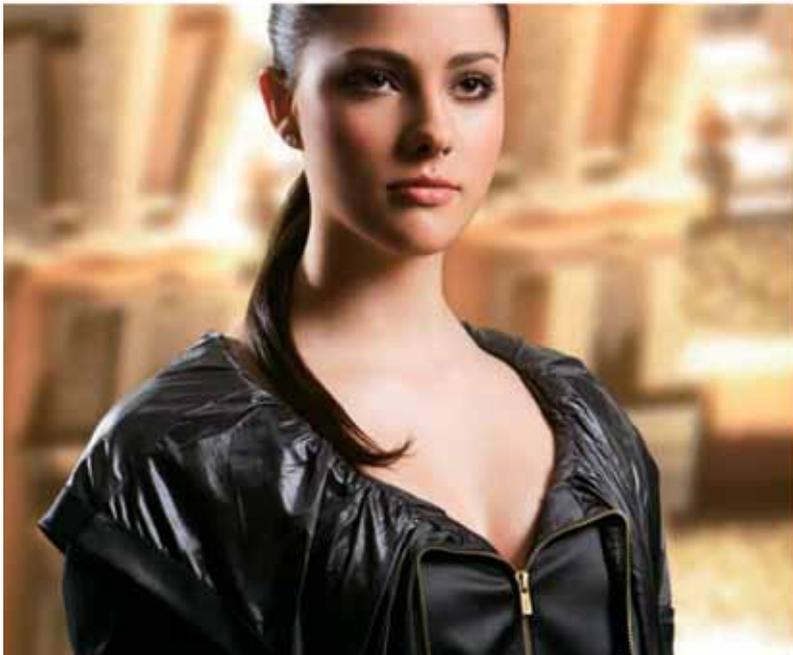
In apertura: immagine dal The Archer Station to Station tour, 1976. Dall'alto in senso orario: layout realizzato da Fifty Nine Production e Real Studios per la mostra David Bowie is; scatto per la copertina dell'album Aladdin Sane, 1973; scatto per la cover dell'album Earthling (1997) con il cappotto con la Union Jack disegnato da Alexander McQueen; collage di fotogrammi dal film The Man Who Fell to Earth, (design di David Bowie, scatti di David James, 1975-6).

generazione fra musica e tecnologia. È anche il periodo in cui dalla vetrata degli **Hansa Studios** affacciati sul Muro di Berlino, osservando una coppia che si scambiava romantiche effusioni, trovò l'ispirazione per la sua leggendaria canzone "**Heroes**" entrata ormai nella hit-parade delle canzoni più ascoltate del pianeta. Proprio in una fase storica dominata dall'immaginario hippy, Bowie, da geniale precursore qual è, spazzava tutto lo showbiz con le sue apparizioni da **dandy edoardiano** delle soglie del Novecento. È il momento in cui il cantante si appropria del dress code degli stravaganti ed elegantissimi epigoni di Oscar Wilde trasformando la sartoria inglese in un'incubatrice di continue evoluzioni, un'epitome di un menswear alternativo e progressista legato alla "**rivoluzione del pavone**" e alla reinvenzione del

classico, leit-motiv delle ultime sfilate maschili. L'inossidabile suit, l'abito tre pezzi bespoke completato dal cappotto tagliato magistralmente e dall'immancabile cappello, è il manifesto di una autentica svolta verso l'estetica androgina e enigmatica di cui lui accanto a **Patty Smith**, nei suoi concerti e nel film "**Gigolò**", sono gli apripista indiscussi. Copiato, ed emulato in mille versioni dagli stilisti più famosi, da **Dries Van Noten** a **Phoebe Philo** chez **Céline**, da **Balmain** a **Roland Mouret**, passando per **Lanvin** e **Burberry Prorsum**, il suo look è una bomba a orologeria pronta a scoppiare quando meno te lo aspetti: una rivoluzione dolce ma irruenta. Molto prima di Madonna, Michael Jackson e Lady Gaga, Bowie diventa un idolo non solo per le sue performance incendiarie e sofisticate ma anche per la sua immagine.



STYLISH, YKK!



www.ykk.it

YKK
Little Parts. Big Difference..
Fastening Products Group

Sedi Italiane: YKK ITALIA S.p.A. - PRAROLO (VC) • YKK MEDITERRANEO S.p.A. - ASCOLI PICENO • YKK SNAP FASTENERS ITALIA S.p.A. - COLONNELLA (TE)



ph. Terry O'Neill © V&A



Dall'alto in senso orario: scatto per promuovere l'album *Diamond Dogs*, 1974; immagini dai film *Gigolo* diretto da David Hemmings (1979) e *Miriam si sveglia a mezzanotte* di Tony Scott (1983); look Alexander McQueen dalla sfilata di Londra A/I 2013-14.

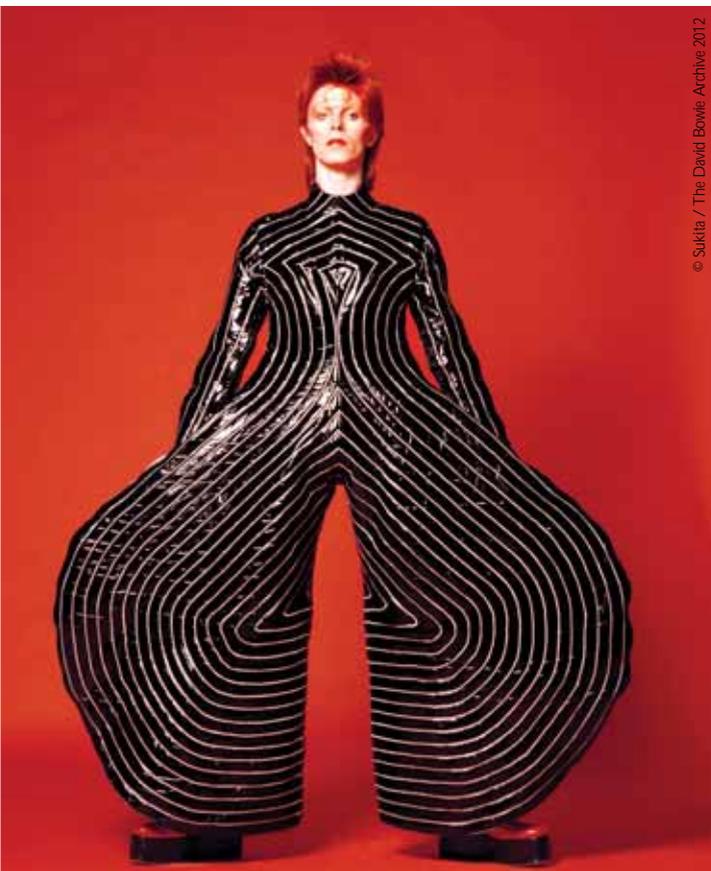


mood | 1.2.2013

Nella sua prima apparizione al "Saturday night live" del 1979 sfoggiava una gonna, sei anni prima che l'enfant terrible della moda francese **Jean Paul Gaultier** la sdoganasse sulla sua passerella maschile, oggi seguito a ruota dalla coppia creativa del marchio di **Les Hommes**, da **Thom Browne** per **Moncler Gamme Bleu** che per il prossimo inverno sovrappone il kilt ai pantaloni a sigaretta check, e da **John Richmond**. Nel 1996 l'artista commissionò ad Alexander McQueen il suo guardaroba di scena per il suo tour, lo stesso anno in cui lo "hooligan dell'haute couture" presentava una collezione ispirata al film di Tony Scott "Miriam si sveglia a mezzanotte"

del 1983 in cui Bowie recitava accanto a **Catherine Deneuve** nel ruolo di un vampiro. Non è un caso se per queste pagine abbiamo scelto proprio i modelli del menswear sartoriale di **Alexander McQueen** per rappresentare l'influenza della rockstar sulla moda e sul gusto postmoderno. E anche la maison **Balenciaga** per la campagna pubblicitaria della sua collezione maschile dedicata all'autunno-inverno 2012/13 ha attinto alla sua iconografia siderale. Malinconico e scandaloso, Bowie è, per usare le parole di **Tony Visconti**, produttore del suo ultimo disco "The Next", "un artista che ama le sfide impossibili". Alla notizia del suo ritorno tutti i suoi fan sui social





© Sukla / The David Bowie Archive 2012

media sono rimasti di sasso: in rete si inseguivano poco prima i rumors circa i suoi problemi di salute. E invece no, eccolo là. Il Duca Bianco, che oggi vive a New York con la splendida moglie **Iman**, statuarista top model anni 80, non ha perso smalto. E per ricordare al mondo il suo talento visionario nella storia della musica, dal 23 marzo al 28 luglio il **Victoria & Albert Museum** di Londra gli rende omaggio. Il tempio della cultura e dell'arte sul Tamigi che già negli anni 80 ospitò una sfilata di **Gianni Versace** (sua sorella **Donatella** si è a più riprese ispirata al Duca Bianco per le sue collezioni maschili, compresa quella per il prossimo inverno) apre i battenti a una grande esposizione sponsorizzata da **Gucci** e **Sennheiser** che illustra la genealogia estetica e musicale di questo mito del rock: "**David Bowie is**". Sarà sicuramente un successo questa monumentale



© V&A Images / The David Bowie Archive 2012

PERSONAGGI | DAVID BOWIE

Da sinistra in senso orario: tuta in vinile per il tour di **Aladdin Sane** disegnata da **Kansai Yamamoto** (1973); autoritratto usato anche per la cover dell'album **Heroes** (1978); scatto di **Roy Ainsworth** per promuovere **The Kon-rads**, 1963.



© V&A Images

retrospettiva: è la prima volta che un museo gli dedica una mostra internazionale. Saranno oltre 300 i feticci esposti tratti dal suo archivio, pietre miliari nell'evoluzione delle arti visive e dello stile, di cui 60 costumi di scena. Ci saranno le rutilanti creazioni di **Kansai Yamamoto** per il suo indimenticabile "**Aladdin Sane Tour**" del 1973, ma anche il mantello con la **Union Jack** dipinta firmato **Alexander McQueen** e indossato per la copertina di "**Earthlight**" nel 1997. Senza contare il body da **Starman** con cui inaugurò la fase di **Ziggy Stardust** nel 1972. Un folletto venuto dallo spazio a cui gli alieni avevano conferito il "sacro fuoco". ■

MILANO MODA UOMO AUTUNNO/INVERNO 2013-14



IL NUOVO CLASSICO IN MARCIA VERSO IL FUTURO

di *Enrico Maria Altomonte*

PARTIRE DALLE REGOLE PER POI RILEGGERLE IN CHIAVE SEXY. A MILANO LA LEZIONE DI GIANNI AGNELLI FA ANCORA SCUOLA E IL DOPPIOPETTO DEL NUOVO BUSINESSMAN TRASUDA POTERE E MASCOLINITÀ. LA CRISI RIDIMENSIONA ALCUNI, CONDIZIONATI DALL'EFFETTO MONTI E DAL SUO LOOK DA RIFLUSSO, E SPINGE IN AVANTI GLI ALTRI, FRA AVANGUARDIA E REVIVAL ANNI 90. ALLA RICERCA DI UNA NUOVA ACCEZIONE DI NORMALITÀ.

BUSINESS CLASS

Doppiopetto ma mai impettito. La città appartiene a executives alternativi che, sulla scia dell'Avvocato, rinnovano il linguaggio dell'abito formale con un dress code inedito e ricercato, ispirato al magnetismo chic e al glamour asciutto della nuova generazione di Hollywood



Dolce & Gabbana



Bottega Veneta



Ermenegildo Zegna



Les Hommes

Un elegante Robert Pattinson, in fuga dalla metropoli, come nel film "Cosmopolis" tratto dal romanzo di Don DeLillo. È l'immagine evocativa scelta per introdurre in queste pagine l'evoluzione del menswear sulle passerelle di Milano per l'autunno-inverno 2013-14. Un'immagine aggiornata all'obiettivo degli stilisti e dei marchi faro di casa nostra: nobilitare l'informale, dare un'impronta hi-tech al formale e spingere quindi l'acceleratore sulla ricerca nei tessuti. Ecco dunque sfilare una profusione di lane fiammate o trattate con stampe

mimetiche ed enzimi, trench di caucciù, intarsi grafici 3D, blouson di neoprene e cachemire, cotone accoppiati a tessuti innovativi, velluti sontuosi decorati da fasce di rose, gilet ottocenteschi alla "Django". Invenzioni un po' audaci che si addicono però ai nuovi gentlemen di Hollywood, spesso provocatori. Parliamo di Michael Fassbender, Ryan Gosling, Matthew McConaughey (tutto da studiare il suo look in "The Lincoln Lawyer" e in "Killer Joe") e Shia Labeouf che comparirà senza veli nel prossimo film di Lars Von Trier "Nymphomaniac".



Black Fleece by Brooks Brothers



Moncler Gamme Bleu



Moschino



Vivienne Westwood

Sembrano pennellati sul suo fisico da impavido reporter in "La regola del silenzio" o da rampante pentito nel sequel di "Wall Street", gli abiti di Ermenegildo Zegna in lana jacquard dai micro-disegni inediti o le giacche avvolgenti da "brivido caldo" di Bottega Veneta. Qui Tomas Maier con un abito bespoke fa miracoli giocando con i tagli e le proporzioni da architetto. Perché, come giustamente sentenzia Giorgio Armani, "esistono mille modi di intendere il sartoriale che significa semplicemente fatto a mano. Per valorizzare un abito occorre anche un fisico adatto, che non vuol

dire da body builder". E manda in passerella giacche accostate color rubino (per la Giorgio Armani) o pile turchesi bicolori (per la linea Emporio Armani) indicando nello sportswear la valvola di sfogo dell'uomo elegante. Un informale che lascia spazio al guardaroba come diario di viaggio: per Alessandro Dell'Acqua ogni modello corrisponde a una città del mondo, a emozioni e riflessioni a ruota libera. In fondo, come sostiene Francesco Montanari, il Libano della serie televisiva "Romanzo criminale", in prima fila da Diesel Black Gold: "il nostro stile va interiorizzato

STILE AL QUADRATO

Ritorno a Savile Row con un tocco di fantasia, fra total look al quadrato e nuovi tartan reinterpretati con spirito scanzonato e un po' ribelle, nel segno di un'eleganza preppy, blasonata e neo-dandy.



Emporio Armani



Dirk Bikkembergs



Prada



Gucci



TRUE COLORS

Pennellate vibranti di colori segnaletici irrompono nel guardaroba dei nuovi gentlemen vestiti di avanguardia e di minimalismo evoluto, accendendo di vitalità ed energia il grigiore invernale, come in una tela di Mirò, di Mondrian o di Calder.

altrimenti non è virile, è solo esibizionismo; io alla giacca, talora essenziale, preferisco un look che decontestualizza la divisa da lavoro per vestire il quotidiano". Detto così fa tanto Ken Loach versione fashion, ma in realtà legittima una moda che dice no ai manager azzimati, proponendo un paradigma maschile più maturo, magari più ruvido ma anche creativo. Si può contare allora sulle galanterie di certi alti ufficiali da romanzo storico. A loro strizza l'occhio Frida Giannini con il suo Principe Azzurro lussuoso, riservato e un po' british. Veste cappotti e brevi giacche da cadetto chic, sogna abiti preziosi

in tweed ma in forme lineari. Molto asciutti anche i volumi dei modelli di Roberto Cavalli disegnato dal giovane figlio Daniele: "L'uomo non ha bisogno di moda ma di stile: deve essere rassicurato da ciò che indossa, ama i dettagli interni di una giacca e sceglie l'eleganza ovattata di un club maschile". La collezione, più curata che in passato, convince: gemelli a forma di insetti, scarpe a pantofola (la tendenza del prossimo inverno) proposte con scaglie di cocco argento come borchie, completi gessati e camicie dalle stampe caleidoscopio. Riproducono le piume e i tipici motivi del mondo animale per poi ringiovanirli. La

CUORE SELVAGGIO

Riscoprire il rapporto con la natura come in "Vita di P.", alla ricerca di una sensibilità ancestrale che dalla giungla urbana vira a una rinascita della virilità. Aspettando il remake di Tarzan fra maculati e raffinate fantasie animalier.



Versace



Etro



Burberry Prorsum



Roberto Cavalli

dolce ala della giovinezza arriva anche su due delle passerelle più estreme (per motivi diversi) della fashion week milanese dando vita a un'estetica bipartisan: Donatella Versace e Miuccia Prada. Pur essendo agli antipodi, si ammirano a vicenda. Ed entrambe riflettono sulla condizione maschile di oggi: sarà più in voga l'uomo oggetto, libero di testa, nelle scelte di vita (e nel talamo), oppure il ragazzo della porta accanto, rampollo della buona borghesia intellettuale, pronto a scendere in piazza? Miuccia Prada rivive gli anni 60 prima della contestazione studentesca come in un film di Pasolini o ai tempi dei

Beatles che oggi sono di nuovo sulla cresta dell'onda, pensando a un ceto medio in via d'estinzione, fra pull di shetland e giacche a scatola in colori accesi. Con un dettaglio civettuolo: il volant della camicia a quadretti Vichy. Versace invece è magniloquenza decorativa allo stato puro, che parla di edonismo anni 80 ma anche di riscossa, fra Rod Stewart e Spike Lee: la giacca da smoking sull'intimo glamour di pizzo che ha già diviso il pubblico femminile, i pantaloni di pelle rossa, il tallone della scarpa ricamato d'oro, il cappotto di cammello con candidi arabeschi. Fuga dalla noia? Sì, grazie/una grande evasione. ■

Upcoming brands

di Valeria Garavaglia

I MARCHI SELEZIONATI PER QUESTE PAGINE HANNO STORIE, PRODOTTI, STILI E IMMAGINARI DI APPARTENENZA DIFFERENTI, MA TUTTI E TRE RUOTANO INTORNO A UN'IDEA COMUNE: SCEGLIERE UN OGGETTO ICONA DEL GUARDAROBA MASCHILE, COME LE SCARPE INGLESI, IL MONTGOMERY E IL CAPPOTTO IN LODEN, ESPLORARNE LA TRADIZIONE, LE LAVORAZIONI E I DETTAGLI PIÙ MINUZIOSI E RIATTUALIZZARLO A 360° - SEMPRE ALL'INSEGNA DELL'ECCELLENZA NELLA QUALITÀ E DELL'INNOVAZIONE.



BARK

“Vogliamo celebrare l'identità.
E farlo ad alta voce”



Paolo Pierotti, titolare Ozone e Michele Nicoletta, brand manager Bark

“To bark” significa “abbaiare”. Ma nella filosofia di Bark, marchio lanciato nel 2010 dalla modenese Ozone Srl, vuol dire affermare il proprio stile. Il brand rivisita dei capi cult, dal montgomery al chiodo, con innovazioni nella maglieria, come il punto Bark brevettato o una spalmatura della lana che la rende più impermeabile. Oggi il marchio ha tre linee per uomo, donna e bimbo e ha lanciato un profumo e una capsule premium, Bark Unique. Bark è in vendita in store come Raspini a Firenze, L'Incontro a Modena, Giò Moretti a Milano, Saks e Scoop a NYC, Merci a Parigi e Takashimaya, Isetan e B'2nd a Tokyo, oltre che negli e-store Thecorner, Luisaviaroma e L'Eclaireur.



www.bark-italy.it



BARBANERA SHOES

“La scarpa dice chi sei, come sei e da sola cambia l'impressione generale che un uomo dà di sé”

Barbanera vede la luce nel 2011 grazie a due coppie di fratelli, uno specialista della pubblicità e un musicista rock di origini siciliane i primi, due imprenditori milanesi Doc i secondi, con la comune passione per le scarpe artigianali. I giovani “pirati” hanno creato un brand di calzature uomo dal gusto dandy e classico, vintage e moderno. “Le scarpe Barbanera sono fatte a mano in Toscana con pellami pregiati e la lavorazione “Goodyear”, brevettata nel 1839 da Charles Goodyear, l'inventore della scarpa inglese”, spiega uno dei soci, Sergio Guardi. Barbanera Shoes è distribuito tramite lo showroom milanese del brand in viale Majno e fiere come White.

www.barbanerashoes.com



LODENTAL

“Se ieri il loden era ruvido, pesante asburgico e montanaro, oggi torna morbido, leggero, metropolitano e seducente”



È un'operazione quasi culturale quella di LodenTal, il brand ideato nel 2011 da Andrea Provvienza che rilancia un evergreen della storia del costume, il loden, nato dai contadini nel Medioevo, simbolo della nobiltà austro-ungarica di fine 800 e degli intellettuali di sinistra dagli anni 70. I modelli per uomo e donna, prodotti da una sartoria napoletana con tessuti Leichtfried, hanno linee e tagli più asciutti e colori che vanno dai classici blu, grigio e verde, a toni a contrasto e fantasie check. LodenTal ha partecipato a Pitti Uomo e AltaRoma ed è distribuito tra gli altri da Banner e Biffi a Milano, Dante5 a Bari, Parisi a Taormina e Bagheera a Roma.

www.lodental.it



Dandy Metropolitano

di Valeria Garavaglia



1



2



5



3



4

1 Taglio neoclassico per la giacca di **Fer**, la nuova linea maschile dei fratelli Verónica e Fernando Moncho Lobo. **2** **Alberto Moretti** si è ispirato al suo drink preferito, il vodka martini, per il ricamo gioiello che adorna le slipper “Martini” in velluto blu notte. **3** Toni autunnali e fantasie check per i pantaloni **Berwich**. **4** Il mocassino con frangia “Vega” abbina vitello spazzolato nero a vitello gommato bordeaux. Di **Alberto Guardiani**. **5** Pantalone **Jeckerson** in tessuto check. **6** Mood giocoso e gusto pulito per la giacca striped nel look di **Myths**.



6

Casual Contemporaneo

1 Giaccone monopetto con alamari e lana termo confortante con cappuccio rimovibile. Di **Swiss Chriss**. **2** Caldo e soffice cardigan grigio mélangé con alamari. Di **Andrea Fenzi**. **3** Cuoio invecchiato, tomaie in pelle scamosciata e suola Vibram per la scarpa di **Hush Puppies**. **4** Pantalone **Pence** dal look vintage. **5** Denim a tutto colore firmato **Praio**. **6** Cappotto di lana con dettagli duffle, disegni a spina di pesce, trame diagonali e tweed inglese delicato per il look firmato **Steinbock**.



LA PAROLA A MARC NEWSON



IL "PROBLEM SOLVER" DEL DESIGN

di *Valeria Garavaglia*

AUSTRALIANO DI NASCITA, LONDINESE D'ADOZIONE, MARC NEWSON È UNO DEI PIÙ IMPORTANTI NOMI DEL DESIGN CONTEMPORANEO. ECLETTICO E VERSATILE, HA PROGETTATO SVARIATE CATEGORIE DI PRODOTTI, DALL'ARREDO AGLI OROLOGI, DAI MOTOSCAFI RIVA AGLI INTERNI DI AEREI (È ATTUALMENTE DIRETTORE CREATIVO DELL'AUSTRALIANA QANTAS AIRWAYS). ALCUNE SUE CREAZIONI SONO DIVENUTE DELLE ICONE, COME LA "LOCKHEED LOUNGE CHAIR" DISEGNATA NEL 1986 E VENDUTA ALL'ASTA NEL 2009 PER 1,6 MILIONI DI DOLLARI, IL PREZZO RECORD PER UN'OPERA DI DESIGN CONTEMPORANEO, E SONO ESPOSTI NEI MAGGIORI MUSEI AL MONDO, COME IL MOMA DI NEW YORK O IL VICTORIA & ALBERT MUSEUM DI LONDRA. DIECI ANNI FA È NATA UNA LIAISON CON G-STAR, IL DENIM BRAND OLANDESE PER CUI IL CREATIVO HA FIRMATO UNA CAPSULE COLLECTION. INCONTRATO A PITTI UOMO NELLO STAND G-STAR, CHE OSPITAVA LE PROPOSTE PER IL PROSSIMO INVERNO DELLA "G-STAR RAW BY MARC NEWSON", IL DESIGNER SI È RACCONTATO A MOOD.



In apertura: Marc Newson (ph. Romeo Balancourt) e Micarta Chair 2007 - Gagosian Gallery, New York. A sinistra, orologio Atmos 566, 2010 per Jaeger Le-Coultre. Sotto: Lockheed Lounge Chair, 1986 - Pod (ph. Carin Katt) e look G-Star Raw by Marc Newson A/I 2013-14.

Mr. Newson, lei ha disegnato praticamente tutto, dalle posate ai jet privati. Qual è il progetto o l'oggetto che ricorda con maggiore soddisfazione?

È una domanda difficile... Ciò che mi dà ispirazione e mi interessa, in realtà, è essere in grado di lavorare a tanti diversi tipi di progetti. Come designer mi sento una sorta di problem solver, un "tecnico riparatore" e anche un po' uno psicologo. I clienti vengono da me con un problema e io cerco di risolverglielo. Per me non è una questione di un oggetto in particolare, ne ho disegnati moltissimi e ognuno occupa uno spazio diverso nella mia coscienza interiore.

Com'è il suo rapporto con la moda?

La vedo in un modo molto pragmatico e razionale.

Ovviamente sono un uomo e un consumatore, devo indossare dei vestiti e spendere dei soldi per comprarli. Quando G-Star mi ha contattato la prima volta, 10 anni fa, per realizzare una capsule collection, inizialmente ero preoccupato ma poi ho pensato "perché no?". Oltre a un consumatore sono un creativo, quindi perché non avere la possibilità di scegliere e disegnare io stesso gli abiti per cui devo spendere i miei soldi? Non mi considero affatto un fashion designer, tuttavia in fondo non è poi così diverso disegnare abiti o qualsiasi altro prodotto. È solo un altro modo di lavorare, che implica materiali, tecniche e tempistiche diverse.

Cos'hanno in comune i suoi progetti?

Intanto, spero che i miei progetti abbiano davvero qualcosa in comune, che ci sia un filo



conduttore che li lega... È molto difficile per me definirlo, anche se, per esempio, guardando il mio libro (la grande monografia "Marc Newson. Works" pubblicata a settembre 2012 da Taschen, ndr) trovo un Dna ben preciso in tutti miei lavori. Ma per essere onesti vedere una coerenza tra le opere è molto più facile dall'esterno, è una domanda che va fatta a qualcun altro e non a me.

Qual è per lei l'aspetto più importante nel design?

Credo che la parte fondamentale sia comprendere i materiali, le tecnologie e i processi. Se fossi uno scrittore, i materiali sarebbero il mio vocabolario: più parole hai, più facile è esprimerti. Quindi, più conoscenze ho nei materiali, nelle tecniche e nei processi, più riesco a creare dei progetti interessanti.

E la componente estetica?

È sempre un aspetto molto importante, ma per quanto mi riguarda mi baso sul mio gusto personale, su ciò che trovo cool, interessante e necessario. Ad alcuni quello che faccio piacerà, ad altri magari no, ho un gusto molto particolare e ben definito. Credo anche molto nel buon gusto. Per alcune persone è un concetto presuntuoso e troppo soggettivo, eppure esiste un senso di



(ph. Jérôme Kalagopian)

Da sinistra in senso orario: champagne coffret Magnum, 2006 per Dom Perignon (courtesy of Marc Newson Limited); Riva Aquariva, 2010; Marc Newson allo stand G-Star Raw a Pitti Uomo.



raffinatezza e di qualità, un criterio assoluto per cui alcune cose sono belle, altre no.

Lei è una persona di grande successo, si è aggiudicato innumerevoli riconoscimenti internazionali e Times magazine l'ha inserita nella lista delle 100 persone più influenti al mondo. Ha ancora un sogno nel cassetto?

No, nessun sogno nel cassetto, ma ho molti desideri. Ad esempio, desidero poter passare più tempo rilassandomi. Sto lavorando moltissimo, è difficile persino trovare il tempo per disegnare.

Il suo libro preferito?

Devo dire il mio libro, perché è finito! Ci ho lavorato con Taschen per sei anni e ne sono davvero molto soddisfatto. ■



VISION
FASHION MANNEQUINS

visionmanichini.it



**A long path,
made in Italy
ever since.**



www.lampo.eu