

D

Fashion Issue

Trend, desideri, business, avanguardie

la Repubblica

20 febbraio 2021



Il tempo ritrovato

Delle over 50, finalmente libere dai canoni estetici. Perché ora li dettano loro

Inchiesta

L'inquinamento delle microplastiche, dagli oceani fin dentro il nostro corpo

Umili a chi?

Senza di noi crollano i ristoranti. Storie orgogliose di nuovi lavapiatti

da Firenze (scarpe), Marina Rizzini da Bergamo (maglieria) e Anna Tosi, veronese (fiori di tessuto).

3. L'EDUCAZIONE come must per riprogettare il sistema moda. Dopo la campagna di crowdfunding su Indiegogo, parte School of WRÅD, prima piattaforma indipendente dedicata alla cultura della responsabilità con un focus su design e comunicazione. Rivoluzionari l'accessibilità e l'abbattimento delle barriere linguistiche.

4. L'IMPEGNO CONCRETO ben oltre i prodotti, questo ci si aspetta dai brand. Cause amate: riforestazione, difesa degli oceani, ripristino della biodiversità (tema caro a Kering). Un'iniziativa che fa riflettere sul potere delle azioni a livello locale è quella di Moncler, che ha donato a Milano 3590 dispositivi tech per le scuole.

5. POTERE DELLA NARRAZIONE. Detox dai social network? La scelta di Bottega Veneta di lasciarli ha fatto discutere. Ma le collaborazioni tra brand e registi dimostrano il desiderio di costruire il sogno a un altro livello. Tra racconti a puntate e gaming, la moda digital è puro intrattenimento.

6. RITORNO AL CORPO. Giovani cresciuti in questo periodo e attenzione al corpo. Tra tutti: AC9 Alfredo Cortese, le cui forme riscoprono la sensualità; Giuseppe Buccinnà, ingegnere-mo-dellista la cui estetica è caratterizzata da tagli sexy e ADAMO, di Andrea Adamo, che con la sua maglieria esalta le forme e i toni del nudo.

ALFREDO CORTESE
Due look di AC9, Alfredo Cortese.



ADAMO
Maxi pull con maniche a sbuffo e tuta senza cuciture, ADAMO.



...e sei brand da scoprire

T-SHIRT, PULL, SNEAKERS, SHOPPING BAG, ABITI DIPINTI A MANO: DI NICCHIA, MA CON IL CUORE GRANDE di Chiara Tronville

1. IL NUOVO PROGETTO di Roberto di Stefano è la dimostrazione che avere un approccio ecologico non implica compromessi estetici. Già finalista dell'edizione 2017 del concorso *Who is on Next*, oggi il designer rinnova il suo marchio in chiave contemporanea offrendo impeccabili borse - come da sua cifra estetica estremamente minimal e funzionali - realizzate in similpelle ottenuta dai cactus. Dietro lo sviluppo del materiale c'è Desserto, azienda messicana recentemente finalista dell'LVMH Innovation Award.

2. IN UN'ESCURSIONE tra i suoi monti del Gran Sasso, Emanuela Picchini scopre l'esistenza di un'associazione che protegge la biodiversità e le pecore autoctone. È un colpo di fulmine: «Perché non fare un piccolo marchio di maglieria a km zero che abbia un impatto positivo sul territorio?», pensa. E coinvolge suo fratello Francesco. Wuuls nasce così: maglioni atemporalmente di qualità eccellente 100% italiana.

3. LAVORA COME BUYER per un grande gruppo finché, durante una riunione in cui si discute in quale pelliccia

ROBERTO DI STEFANO
La nuova collezione di borse "vegane".