

## BELSTAFF

Stretto stretto, come una seconda pelle. È il tubino, sensualissimo, di Belstaff a cui le zip aggiungono ancora più grinta



## JOHN RICHMOND

La punk di lusso veste di nero, naturalmente, giubbini e gonne fetish, allacciate su di un fianco da cinture aggressive

## MAX MARA

La salopette (e le bretelle) sono il leit motiv dell'intera collezione, in pelle soprattutto: sotto forma di abito o tuta intera

Milano  
MODA  
DONNA

## DOLCE E GABBANA

Gisele Bündchen in esclusiva per «gli stilisti». Due le uscite della brasiliana: argento per il tubino «accartocciato» e cristalli per l'abito sirena



## FENDI

Pellicce di ogni. Intarsi esclusivi. Come il cincillà che si fa volpe come in questo modello che è tutto una ruota amplissima

## DETTAGLI



## RETTANGOLI

Colore e dettagli importanti ornano gli scollari di Pucci



## OCCHIALI

Presentata la versione economica degli occhiali di Lapo

# Il tubino? Accartocciato Donne sexy di (finto) metallo

Dolce & Gabbana: lastre d'oro o bronzo nei tessuti  
Fendi, intarsi nelle pellicce. Le salopette di Max Mara

MILANO — L'abito che è la lattina della Coca Cola accartocciata. Il visone ricoperto di tulle che ricorda il Pont Neuf impacchettato di Christo. Il tubino metallico e increspato come le poltrone dell'artista israeliano Harush Shlomo. Scomodano «pop» e «art». Dolce e Gabbana per raccontare la loro donna «metallic futur lover» forse inconsapevoli che ogni riferimento culturale non aggiunge nulla alla loro spettacolare sfilata. E non per i bagliori (visti ovunque) degli incredibili (fuffa in giro tanta) tessuti (tweed doppiati di sottili lastre d'oro, d'argento e bronzo) ma per lo sforzo creativo verso una pulizia di forme stilisticamente ineccepibili. Non ci sono sbavature: l'abito è abito, preciso, curvilineo quanto basta che accompagnare curve senza involvere. Piuttosto adattare modernamente, per le ragioni di cui sopra: l'escamotage dei tessuti «futur», morbidamente (al tatto sono come pelle «calda») accartocciati. Certo ci sono frustini d'argento, bulloni-decoro, lucchetti-fibbia, stecche di balena e tacchi a spillo ma il tocco fetish va in aiuto a un sexy sofisticato: non per fare la spesa al super, d'accordo; ma una volta nella vita...

Bagliori, si diceva. Ovunque. Da Moschino Rossella Jardini ben adatta l'oro al suo bon-ton, moderno e ironico. Pace e amore, chiede con le scritte in paillettes sulle t-shirt. E poi via con abitini per bene a palloncino, giacchine a uovo, caban svasati, piccoli bolero, gilet da uomo lunghi che sono abiti da sera e tubini di ogni. Luccica anche nel punk duro e puro di John Richmond. Metallurgia ad hoc: per le borchie incastonate in tacchi, piumini, persiani; lucchetti fetish (riciccolati) persino per gli slip; fibbie sexy a chiusura delle cinghie che serrano i fianchi delle gonne diritte. Ma il lavoro nuovo l'inglese lo fa su pelle (nera, of course) e pellicce: persiani e borchie, visoni e Swarovski. Pellicce? Da Fendi è un mondo in continua evoluzione. Lavorazioni lussuose e innovative al limite dell'incredibile quando il cincillà si fa volpe ad ogni passo del cappotto a ruota. O il caban

è di montone bouclé tramato a telaio con il tulle. E ancora il visone tagliato e colorato e riassemblato ad Arlecchino. Pesi leggeri e tagli arrotondati. I tessuti preferiti sono pelosi e se sono frange, sono arruffate, tribali e spuntano da orli, colli e dalla nuova borsa «Voodoo».

Pelle «seconda pelle» da Belstaff: sotto, sopra e oltre per tute, t-shirt, giubbini sempre più stretch, sempre più sensuali. Nera per aggredire, grigia per addolcire, nel caso, capi più sportivamente morbidi come le sahariane zippate. Un occhio «lungo» - a sorpresa - sulla pelle anche da Max Mara che di nappa si sbizzarrisce con varianti sull'originale tema «salopette»: abito o pantalone. Contaminazioni rasta a sorpresa: di treccioline e cristalli sono i ponchi. E un colore su tutti: il blu elettrico per la giacca di vernice. Tinte accese, *ca va sans dire*, da Pucci, più unito (anche troppo) che a stampa che quando c'è è macro (anche troppo).

E volano nell'aria i pelucchi di angore e mohair chez Les Copains. Hanno provato di tutto per evitare l'effetto (anche il metodo delle nonne di chiudere i capi nel freezer) ma niente. Così è, però i grandi pull a uovo di mohair fanno molto pin up alla Jyane Mansfield e piacciono, specie se coordinati ai piccoli abiti-bustier corti. Laura Biagiotti in cachemire

disegna piccoli bustier che poi cuce su ampie gonne di chiffon: è il vestito per tutte le stagioni, per l'inverno basta accessoriarlo con una dei tanti cappotti e cappe di maglia grossa. Maglia for ever da Gaetano Navarra. Dritto, rovescio, trecce e operati: non si butta via nulla della tradizione. Tecnologicamente avanzata con spalmature e finissaggi perché un ciuffo sembra addirittura una pelliccia. Lavoratissima AmuletiJ (gruppo Burani): «la notte stellata sul Rodano» di van Gogh è resa su abiti a palloncino, leggings e mini abiti da ricami preziosi in paillettes, cristalli e perline.

Paola Pollo



## MONICA BELLUCCI

La scena sexy con Scamarcio in «Manuale d'amore due»? «Tutto merito del vestito», dice Monica Bellucci, ieri a Milano alla sfilata di Dolce e Gabbana

MILANO — Altro che eleganza. Nel *Made in Italy* trionfa il banale, la mancanza di idee, ma soprattutto una volgarità da bordello. «Per la moda italiana è il tempo delle zoccole» titola l'autorevole *New York Times*, usando un termine desueto («trollolop») rivolto a tutte quelle signore ad alto esponenziale felino che vestono tigre-maculato, con ammiccanti jeans strappati o tagliuzzati. L'accusa secca e inequivocabile: «Avete perso la vostra invidiabile raffinatezza. Nei vestiti, ma anche nel resto, come anni fa aveva per primo intuito Pier Paolo Pasolini».

Una mazzata fra capo e collo, violenta e senza pietà che scuote la già frastornata settimana della moda milanese. Un attacco che segue vecchie polemiche sul calendario milanese, ritenuto troppo lungo ma anche i freschi veleni d'un paio di giorni fa quando Giorgio Armani ha tirato pubblicamente le orecchie a una giornalista proprio del *New York Times* («Qui non verrà mai più») che aveva criticato la sua ultima collezione.

C'è già chi parla di sottile e rapida vendetta, ma l'articolo è molto più variegato e Armani non ha una parte da

## «Moda da prostitute», la vendetta del New York Times

## L'articolo



Titolo: «La moda italiana nell'era delle prostitute». È l'articolo di ieri sull'edizione online del «New York Times»: un durissimo attacco al nostro sistema-moda

protagonista. E allora? Semplicemente, dopo averci seguito con l'ammirazione degli scolari alle prime armi, gli americani non ci considerano più i loro professori. E ci contestano.

Per diversi motivi. Primo, la stanchezza creativa di troppi stilisti. «In questa tornata — ricorda crudelmente il quotidiano — sono in programma 228 sfilate in 7 giorni ma in realtà quelle che valgono la pena d'essere viste si contano sulle dita di una mano». Ecco: Bottega Veneta, Jil Sander, Prada, Gucci e Marni. Con l'annotazione che soltanto Gucci e Marni sono disegnati da veri italiani perché le prime due hanno creativi stranieri e a Miuccia Prada, il *New York Times* conferisce uno status stilistico-intellettuale ad *honorem* di transnazionalità: non a caso ha trasferito la sua linea Miu-Miu a Parigi.

Altro motivo del tragico decadimento: l'utilizzo sempre più massiccio, per motivi economici, di tessuti e ma-

no d'opera da Europa dell'Est, India e soprattutto Cina. Buona roba per carità ma, sembrano dire, la raffinatezza (termine in italiano) è un'altra cosa cari ex professoroni.

«Per la moda italiana è il tempo delle zoccole? E allora — rispondono Domenico Dolce e Stefano Gabbana, presi di mira nell'articolo, per essersi arricchiti vestendo una generazione che forse legge un libro all'anno (magari) e sta incollata sempre alla tv — vuol di-

## ACCUSA E DIFESA

«Avete perso raffinatezza, trionfa il banale»  
Armani: «I giornalisti Usa scrivono con il cuore, non con il cervello»

re che negli Stati Uniti abitano moltissime zoccole. Noi lì, come tanti colleghi italiani, vendiamo alla grande. Come la mettiamo?».

«In più — continua Stefano, polemico anche per la censura spagnola contro l'ultima campagna pubblicitaria considerata istigazione allo stupro — è ridicolo che gli americani ci diano lezioni. La loro moda è del tutto inutile e l'unico vero nome creativo è Marc Jacobs, che infatti dovrebbe sfilare qui a Milano».

L'ipotesi che da parte americana si faccia fronte comune, che cioè un sottile filo a stelle e strisce leghi stampa e industria della moda, è abbastanza condiviso anche da Giorgio Armani. «I giornalisti americani scrivono con il cuore non con il cervello: ai loro connazionali che da sempre ci copiano in modo spudorato, perdonano tutto o quasi. Noi invece siamo spesso massacrati in modo pretestuoso e questo non può essere accettabile».



## PLISSETTATO

Sul busto e sulla gonna l'abito in seta di Moschino



## SUPERCINTURA

Con grande fibbia a segnare la vita da Laura Biagiotti

## LORO PIANA

### E il cachemire si fonde al cincillà



MILANO — È il «cachemire-cincillà» la novità per il prossimo inverno di Loro Piana. Il tessuto leggerissimo è ricavato da una lunga lavorazione

di pettinatura dei cincillà vivi poi mescolata con il cachemire. La proposta è per il cappotto «Dortmund», a un petto e mezzo o la giacchina Chelsea, in maglia a punto stuoia con collo in cincillà (nella foto).

Anche la generalizzazione e la spregiudicatezza del titolo da bordello lasciano qualche perplessità. «Non so quante collezioni italiane abbia visto quel signore — si chiede Silvia Venturini Fendi — però come fa a fare di ogni erba un fascio? Forse c'è gente che sfilava, senza meriti ma ognuno risponde del suo stile».

Altro punto dolente la mancanza di nuovi virgulti, come ricambio degli ormai sempre più anziani padri del *Made in Italy*. Sempre stesse facce e, di conseguenza, stessa solfa. Di possibili eredi, nessuno vuole parlare.

A proposito di svecchiamento, nell'articolo c'è anche la voce di Anne Wintour, direttrice di Vogue America, severa contro «l'immobilismo della Camera della Moda».

«Dispiace dirlo — ribatte il presidente Mario Boselli —, ma l'invidia è una gran brutta bestia. La nostra qualità resta la migliore, i nostri marchi i più apprezzati, il nostro bilancio il più attivo. Nuovi stilisti? Non si inventano, ma con l'aiuto del Comune abbiamo aiutato a mettere in piedi dieci nuove giovani imprese di moda. Andarsene da Milano? Molti vorrebbero venirci».

Gian Luigi Paracchini

## PIEGHE