



LEGGI

SEGNALIBRO

ARCHIVIO

CERCA

EDICOLA

### Terzo tempo Forte dei Marmi, nuova partnership di Hublot

di **Diego Tamone**



Per un brand di orologeria, presidiare il territorio con un monarca gestito in partnership con un rivenditore di grande tradizione e reputazione significa garantirsi la certezza di poter contare su una conoscenza approfondita del mercato e su un supporto alla vendita altamente qualificato. Per contro al negoziante l'operazione consente di diventare a tutti gli effetti un punto di riferimento della marca,

beneficiando della totalità delle sue collezioni, edizioni limitate comprese, sempre più ambite dagli appassionati. Una reciproca opportunità che il 12 giugno scorso, a Forte dei Marmi in via Giovanni Montauti, ha portato all'apertura della boutique Hublot in partnership con Bartorelli Gioiellerie (per la quale nascerà presto una referenza in esclusiva boutique). La quarta sul territorio nazionale per il brand di Nyon -

dopo Milano, Roma, Capri - la prima con il gruppo Bartorelli Gioiellerie, impegnato in nuove strategie di sviluppo del mercato e della distribuzione in Italia. Che di Hublot è rivenditore storico sin dagli Anni 80, decade di nascita della marca, e che propone tutt'oggi alla sua clientela anche attraverso i punti vendita multimarca di Riccione, Cortina d'Ampezzo e Bologna.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Ieri e oggi** La foto delle modelle di Dior scattata nel 1951 davanti al Partenone (Jean-Pierre Pedrazzini / Paris-Match / La Scoop) e, a destra, uno scatto della nuova Cruise di Dior by Maria Grazia Chiuri (Ria Mort)



spetto Italia e Francia ma il confronto ci aiuta a capire come muoversi nell'oggi». E poi l'arte, con le collaborazioni con Pietro Ruffo e le citazioni: da Giorgio De Chirico ad Alexander Iolas che la stilista ha conosciuto attraverso Francesco Vezzoli. Lo show è un grande show: illumina la notte di un'Atene provata dalla pandemia (negozi chiusi, proteste, turismo ancora lento). Fuochi d'artificio e una coreografia emozionante nell'immenso catino del Panathinaiko, lo Stadio di marmo, con la performance della cantante Johanna e un'orchestra ad accompagnarla. Il colpo d'occhio è grandioso fra la maestosità del luogo e la leggerezza degli abiti per lo più nelle sfumature del bianco e dell'oro e dei blu di Grecia.

Gli sforzi non sono stati vani, i cliché sono scongiurati e il desiderio sui pezzi acceso: «Tutte le volte che notavo qualcosa che rientrava negli stereotipi mi fermavo», racconta la stilista che arriva, all'opposto, a profanarli questi miti, tirandoli giù dai piedistalli e facendo calzare loro sneaker o ciclista o bralette. L'approccio di Maria Grazia Chiuri è un passo avanti, sempre. Verso il mercato? Anche, sì. Dove è il problema? Non sognava di conquistare i mercati anche monsieur Dior ed era il 1950! Oltre al resto: «Identità di genere? Ma io mai mi sono svegliata guardandomi allo specchio e pensando "sono di sesso femminile". Ma semplicemente che sono io, Maria Grazia». Arrivando diritta alla moda: «Il peplo femminile? Ma non c'è capo più unisex, da sempre. Nasce per entrambi. Non ha forme, si drappeggia sui corpi...». Rileggendo la storia: «La mitologia al femminile non esiste, si trasforma. Ma la figura della grande madre ritorna. Non esistono divinità donne». In realtà ad essere lì ad Atene l'altra sera ad ammirare il red carpet di «dee» se ne sono viste: da Beatrice Borromeo a Valeria Golino a Cara Delavigne alla splendida Anya Taylor-Joy.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Ospiti



● Due ospiti del red carpet Dior: Beatrice Borromeo e Anya Taylor-Joy

di **Paola Pollo**

**A**llo Stadio del marmo di Atene sfilano tra fuochi pirotecnici, bracieri accesi e musica d'orchestra dal vivo i pepi sporty di Dior. Maria Grazia Chiuri spinge la sua collezione Cruise per l'estate 2022 oltre i luoghi comuni e affronta la Grecia, l'Olimpo e le dee senza scivolare in facili citazioni, ma con racconti che entrano nella storia della maison ed escono in un oggi dove il corpo esige di essere libero, a prescindere dalle performance. Un'ispirazione forte nella scelta della città, che è la giustificazione: la foto del 1951 delle dee di monsieur Christian Dior fotografate davanti all'Acropoli. «Vidi quell'immagine la prima volta che entrai in atelier - racconta la stilista - mi colpì per la visione globale: di monsieur ho

# Pepli e (ora) sneaker Atene, le dee di Dior

## Settant'anni dopo la foto al Partenone, Maria Grazia Chiuri porta la Cruise per l'estate 2022 allo Stadio del Marmo

imparato ad ammirare non solo il couturier ma anche l'uomo e l'imprenditore». Radici e non nostalgia, dunque. L'atleticità come libertà di muoversi e non sfida. Ecco il perché dello stadio: le sneakers sotto i pepi o i gilet protettivi della scherma (realizza-

ti da un'azienda che fa giubbotti da moto) come accessorio o le tute e i leggings dal mondo della danza. E ancora le sacche sportive e i cappelli e le canotte. Infine la «mission», sempre la stessa, il dialogo con il territorio: l'artigianato scoperto e valorizzato e

appoggiato. Tessuti e lavorazioni che si ritrovano. «Un progetto importante e complesso questo, ancora più di Lecce - spiega Maria Grazia Chiuri - Ma siamo contenti per essere riusciti a lavorare con artigiani locali che hanno specificità diverse ri-

# Sbarco su un altro pianeta, l'ésprit lunare di Vuitton

## Nicolas Ghesquière: invece di 6 t-shirt low cost, meglio una che dura anni. La qualità è sostenibile

“Tocca a noi far capire alle nuove generazioni che la qualità batte la quantità. La pandemia ha dato una botta d'arresto al consumo

**T**re chilometri e 200 metri: una passerella che si perde a vista d'occhio e che attraversa campagne e dolci rilievi. Nicolas Ghesquière presenta la collezione Cruise 2022 di Louis Vuitton all'Axe Majeur, il capolavoro monumentale dell'israeliano Dani Karavan a Cergy-Pontoise, costruito alla fine degli anni Sessanta alle porte di Parigi, nell'utopica visione di «alleggerire» le città dal boom abitativo. E nessuno scenario avrebbe potuto rendere meglio il messaggio dello stilista: proiettarsi in un futuro aperto e gioioso dove un certo ésprit lunare lascia intendere di essere sbarcati in un pianeta diverso ma allo stesso tempo simile alla Terra. Utopia e distopia nella



La Cruise 2022 di Louis Vuitton



Tecnologia e sostenibilità di Ghesquière

consapevolezza che tutto quello che è accaduto ha cambiato le prospettive e gli approcci. Lo stilista parla di maggiore responsabilità, di coscienza, di trasparenza. Un viaggio «simbolico» sulla Luna, già. Con i piedi ben piantati per terra. Gli abiti di conseguenza: coerenti secondo visione. Questo è quel mondo. La qualità con lo street, lo sporty con la ricercatezza, il tecnologico con la sartorialità. Marte e Terra. O viceversa. Con l'esplicito invito alla convivenza, in nome della creatività e della qualità, entrambe vicine alla sostenibilità. «Credo che la pandemia abbia dato una botta d'arresto al consumo massiccio della moda che si faceva

prima. Ora spetta a noi - intendendo noi stilisti, noi brand - far capire alle nuove generazioni che la qualità batte la quantità. Sta a noi convincere un giovane che, invece di comprare sei T-shirt, con la stessa somma ne può comprare una ma che gli durerà per anni, e che questa è la scelta migliore che possa fare. La qualità è di per sé sostenibile». Lo stilista cercando il futuro ritrova sé stesso, il Ghesquière sicuro manipolatore di materiali tecnici e opulenti, i colori basici e accesi, forme over e sovrapposizioni. Accessori e stampe space, infine, fra citazioni anni Sessanta e Novanta: perfetti in vetrina.

**Pa. Po.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

