

elle confidential  
a cura di ADRIANA DI LELLO



## Natura amica 5 domande a... *Gianni Chiarini*

**Prima il pianeta.** Il brand Gianni Chiarini presenta Marcella Canabic, versione eco della sua borsa cult, e sceglie come ambascador Filippa Lagerbäck. «In questo momento il bisogno di preservare l'ambiente e combattere gli sprechi è fondamentale e urgente. Con questa consapevolezza, l'azienda ha deciso di muovere i primi passi verso la sostenibilità», afferma Gianni Chiarini (sopra, a sinistra), presidente e direttore creativo di GC Group.

**Qual è il messaggio che vuole trasmettere?**

«Ispirare le persone ad abbracciare uno stile di vita più green».

**Quali materiali avete utilizzato?**

«Canapa, poliestere riciclato e pelle metal free ecosostenibile. L'etichetta dello special pack e la tote sono in cotone organico, e

la lavorazione della pelle viene fatta con tannini vegetali».

**Marcella Canabic e Filippa Lagerbäck cos'hanno in comune?**

«Marcella è simbolo d'inclusività, e il volto di questa capsule collection non poteva che essere Filippa, forte sostenitrice di uno stile di vita più ecofriendly (sopra, Lagerbäck insieme alla borsa Marcella Canabic con dettagli in cuoio)».

**Lei s'impegna anche in privato per ridurre l'impatto ambientale?**

«Certamente! Si parte sempre dalla propria coscienza per ottenere grandi cambiamenti nella collettività».

**Crede che la pandemia abbia accelerato la svolta green?**

«Sì. Oggi molte più persone sono diventate sensibili al problema della salute del nostro pianeta». **E.S.**

## MY PERFECT BRA

Basico sensuale. Intimissimi lancia una collezione di corsetteria in cotone naturale pensata per valorizzare ogni silhouette (sotto). Focus del reggiseno: coppe imbottite preformate, zero cuciture. Il modello a triangolo, con spilline incrociate sulla schiena, è stato disegnato anche per misure più abbondanti. In coordinato slip, perizoma e culotte. **G.B.S.**



**OPEN UP!** KURT GEIGER LONDON PUNTA SUL SANDALO APERTO LAMÉ CON LISTINI REGOLABILI. IL MIX DI COLORI È UN CHIARO RIFERIMENTO AI VALORI DI LIBERTÀ E UGUAGLIANZA, CHE IL BRAND CELEBRA NELLA NUOVA CAMPAGNA **PEOPLE EMPOWERED**

## Blue note

### 5 domande a...

*Paola Zukar*

**Alla ricerca di nuovi talenti.** Riparte il Levi's Music Project, contest promosso da Levi's e nato per supportare la formazione musicale dei giovani.

Per questa seconda edizione Paola Zukar (a destra), manager e promotrice di realtà rap, insegnerà agli studenti come muoversi nell'industria discografica. «Ho accettato di unirmi al progetto per condividere la mia esperienza con chi desidera intraprendere una carriera da artista», spiega Zukar.

**Quali possibilità dà ai ragazzi questo format?**

«Oggi, grazie alla tecnologia, si fa musica partendo dalla propria cameretta, ma poi non si hanno gli strumenti per confrontarsi con il mercato e la produzione. Il Levi's Music Project è un'occasione per avere una visione a 360 gradi dell'industria discografica».

**Cosa le piace della musica rap?**

«Se fatta bene, mi piacciono la libertà d'espressione, il racconto della quotidianità e la mancanza d'ipocrisia».

**Secondo lei perché i look casual sono associati agli artisti?**

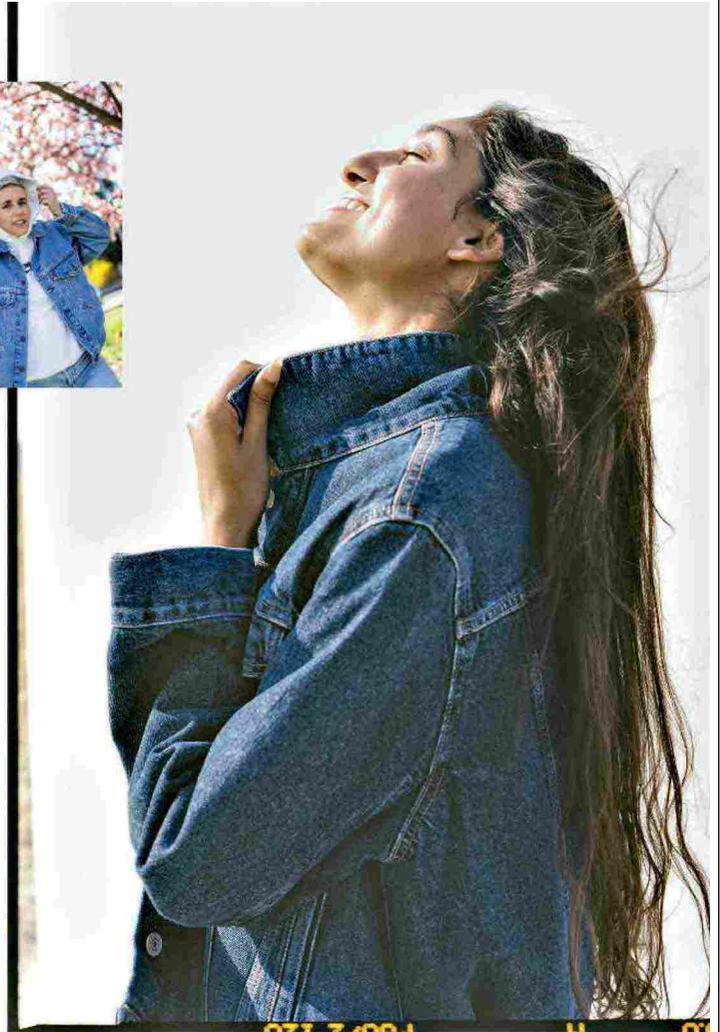
«Forse per la facilità a sentirsi più liberi. È un po' una divisa. Io, per esempio, ho scelto questo lavoro anche per vestirmi comoda senza che nessuno potesse dirmi niente (a sinistra, jacket in canapa cotonizzata Levi's Wellthread)».

**Un brano che ama particolarmente?**

«Oggi direi *Voce di Madame*».

**In questo momento storico che ruolo ha la musica?**

«Di supporto e condivisone. La musica è terapeutica». **E.S.**



**STREET ROMANTIC.** VERSATILITÀ È LA PAROLA CHIAVE DELLA P/E 2021 DI HAVEONE. IL GIOVANE BRAND PUNTA SU OUTFIT **NON SCONTATI**, COME LA MAGLIA CON PROFILI DI MERLETTO SU JEANS SBIADITI



## L'ANIMA DEI COLORI

Anche i colori sono il riflesso dei tempi. Il pamphlet di Eugenio Gallavotti *La teoria dei colori. Stile & società a contrasto* (ed. Franco Angeli) ne prova la veridicità. Il giornalista e docente di moda, dopo un confronto tra stilisti ed epoche storiche compresa quella pandemica attuale,

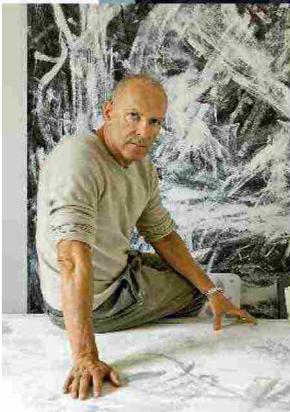
arriva alla conclusione che la moda privilegia toni accesi nei periodi bui, e sobrii in quelli felici. Nel testo ci sono interviste ad esperti come Natalia Aspesi e Carla Sozzani, e altre a protagonisti di ambiti diversi, tra cui il critico cinematografico Gianni Canova. **G.B.S.**

Ha collaborato LAURA SALSÌ

elle confidential



Sotto, a sinistra. Un ritratto di Martino Midali. In tutta la pagina. Alcuni capi della collezione Party 2021 di Martino Midali: abiti, tailleur, bluse, giacche realizzati con tessuti fluidi, pizzi, jacquard floreale. Tutti con un comune denominatore, la voglia di tornare a stare bene.



## Le ali della libertà

UNO STILE ESSENZIALE MA CHE SEGUE LE TENDENZE, TESSUTI PREGIATI MA PRATICI, LINEE MORBIDE MA FEMMINILI. **MARTINO MIDALI** LANCIA, CON GRANDE OTTIMISMO, LA COLLEZIONE PARTY 2021, CHE CELEBRA LE DONNE E LA VOGLIA DI RIPRENDERSI LA PROPRIA VITA

**In controtendenza rispetto al momento storico**, Martino Midali lancia la collezione Party 2021, un invito alla speranza di riappropriarsi della propria vita e della socialità. Capi eleganti e molto femminili, in linea con quelli che sono i capisaldi del marchio: contemporaneità, praticità e vestibilità. «Ho sempre amato i tessuti che semplificano la vita, e sin dall'inizio della mia carriera ho utilizzato il jersey elasticizzato e bielastico, diventati ormai un must del brand», spiega lo stilista lombardo.

**Come mai proprio una collezione da cerimonia?**

«Mentre davamo gli ultimi ritocchi a Party 2021, sognavamo la fine di questo momento difficile. A breve si ricomincerà

a uscire e la gente avrà voglia di acquistare qualcosa di nuovo, di vedere gli amici. E, si spera, riprenderanno anche gli eventi».

**Quali colori ha privilegiato?**

«Midali è colore, ma anche molto nero e molto blu. Ho cercato di dare più luce al navy con il rosso, il giallo, il turchese, e ho provato a reinventare il nero mischiandolo con il bianco e tagliandolo con blu, bluettes, giallo. Ho puntato sull'oro abbinato ai colori caldi, e sull'argento con il bianco».

**Quali sono state le sue fonti d'ispirazione per questa collezione?**

«I giornali, la tv, le serie di Netflix, i costumi di scena. Mi hanno fatto sognare, e viaggiare anche stando in casa».

**E per quanto riguarda i materiali, quali preferisce oltre al jersey?**

«Ho pensato di poter dare una vita più lunga alla lana cotta, un tessuto che ho sempre amato, appesantendola un po': di solito la utilizzo senza fodere, ora invece l'ho doppiata con un tessuto tecnico reversibile. Si può iniziare a indossarla in primavera, e proseguire fino all'autunno. In più la vestibilità è estrema, per mantenere la storicità del brand».

**Quali sono i suoi progetti futuri?**

«Tantissimi. La mia generazione, che ha vissuto gli anni '80, deve dare l'esempio: dobbiamo ricominciare, portare il nostro know-how nel mondo, diffondere quel Made in Italy che ci rende fieri e ammirati da tutti».

**E a proposito di sostenibilità?**

«Ho sempre cercato di fare un prodotto che potesse durare. Ci sono capi Midali di dieci anni fa che potrebbero appartenere all'ultima collezione. Un abito realizzato con cura e passione deve poter restare nell'armadio finché non si è consumato».

FABIOLA BALLARINI