

il corpo

1. In edizione limitata, occhiale in legno e alluminio in quattro essenze e sfumature, come ebano o bois de rose. Di Illusione Ottica. Da 420 euro, tel. 0421-336974

2. Per la fonduta, ma anche per risotti e sughi, il set in alluminio antiaderente e legno, completo di fornello e forchettoni. Di Risoli. 68 euro, www.risoli.com

3. Serigrafia esotica, rifiniture perlate e stampa in oro per la tavola da snowboard con nucleo in legno. Pearl di Head. 329 euro, www.head.com

4. Cinturino in cocodrillo, finitura in oro rosa per il cronografo di Philip Watch. 1.750 euro, tel. 049-9323777

5. Tuta in pelle che si ispira alle antiche decorazioni dei Samurai, qui realizzate con tecnica laser. Di Dainese. 2.500 euro, www.dainese.com

6. A base di acqua vegetale estratta dalla *camelia sinensis*, è fresca e molto delicata sulla pelle. Acqua profumata English Garden di Atkinsons. 16,90 euro, tel. 0521-662111

7. In lana ed ecopelliccia, il montgomery rivisitato da United Colors of Benetton. 169 euro, www.benetton.com

UN'IDEA NELLA LOTTA ALLE MALATTIE CARDIOVASCOLARI PERFINO LE AUTOREGGENTI QUALCHE VOLTA, FANNO BENE AL CUORE

Philippe Matignon e Lycra aderiscono alla campagna di prevenzione delle malattie cardiovascolari Red Dress lanciata dalla *Fondazione italiana per il cuore* con Elizabeth Arden, e propongono un cofanetto in edizione limitata con l'autoreggente Ardeur di Philippe Matignon, in Lycra, con bottoni gioiello rossi e il rossetto Go Go Red di Elizabeth Arden. Tutto il ricavato andrà alla *Fondazione italiana per il cuore*. 45 euro. Solo nei negozi Goldenpoint. Tel. 0376-941211



COSMETICA L'UOMO D'ACCIAIO (SE ESISTE) SI COCCOLA CON L'«EFFETTO GHIACCIO»

Con il freddo metallo, come freddo talvolta pretende di essere lui: così si raccontano con la foto qui sotto i tre prodotti (al centro) della linea *Grooming Extension* di Yves Saint Laurent: *Soin Antifatigue*, contro la stanchezza, l'*Hydratant Bonne Mine*, per idratare il viso, e il *Touche Eclat* per aggiungere un tocco di brillantezza. In particolare, il *Soin Antifatigue* si distingue per la caffeina e l'«effetto ghiaccio» che ravviva subito la pelle. Da 32,40 euro. www.ysl.com



pensare il futuro

UN SAGGIO BEN DOCUMENTATO INDAGA
UN FENOMENO IN ESPANSIONE: IL FAST FASHION

Di più e più veloce, la corsa della moda contro se stessa

Facciamo sempre più cose, e le facciamo sempre più velocemente. Forse un giorno l'umanità andrà a schiantarsi da qualche parte e, in massa, scoprirà d'improvviso i pregi di una vita da tartaruga, ma per il momento non se ne parla. Anzi, «di più e più veloce» diventa una regola sempre più applicata.

Il tempo della moda, per esempio, era come una musica maestosa, solenne, scandita sul tempo dei 2/4: i cicli delle due stagioni, autunno-inverno e primavera-estate, dettavano le due collezioni annuali che tutti ci facevamo abbondantemente bastare. Adesso è un rap: le esigenze della concorrenza, l'abilità di prontisti e copisti che a ridosso di una collezione escono con capi a essa ispirati, quando non bieche imitazioni, la necessità di novità continue, ci hanno trascinato nel mezzo della *Rivoluzione del fast fashion*, che è anche il titolo del libro di Enrico Cietta, documentato e approfondito, che indaga il fenomeno (Franco Angeli, pp. 234, euro 23). Tra gli antesignani



(e acceleratori del fenomeno), marchi come Benetton (sopra, una foto della nuova collezione) e Patrizia Pepe. Il settore, che ha accorciato i tempi di produzione da circa due anni a poche settimane e che, solo in Italia vale circa 5 miliardi di euro, è destinato ad espandersi e spadroneggiare. www.francoangeli.com