

Il negozio A lezione dai dj tra sete e vinili

Un pop-up store dedicato alla seta uomo e al mondo dei vinili. Si chiama Hermès Silk Mix e nasce dall'idea della maison di allestire uno spazio per la vendita di accessori in seta (come cravatte e carré) dove poter, allo stesso tempo, ascoltare dischi, iscriversi a

brevi lezioni di dj e ascoltare programmi di performance live. Silk Mix è stato inaugurato oggi e rimarrà aperto fino a domenica 24 novembre in via Formentini, angolo via Madonnina, a Milano, ultima tappa di un tour mondiale iniziato nel 2017.



Bea Bongiasca

► **Bella in rosa**
A destra, Beatrice Bongiasca (Milano, 1990). Sotto un anello Baby Vine in smalto viola e peridoto



Divertirsi con i gioielli

Una nuova boutique pop
per la designer milanese

di Stefania Cubello

Igiello è come una scultura che dona luminosità a chi lo indossa». È con questa idea che Bea Bongiasca, jewel designer milanese, 29 anni, inserita da *Forbes* nella classifica annuale dei 30 Under 30 Europe quando aveva solo 27 anni, ha disegnato la sua nuova collezione, "You're so vine": «Abbiamo immaginato persone che non amano vestirsi in modo colorato ma che vogliono aggiungere un tocco pop e divertente al proprio look». La collezione è composta da orecchini singoli effetto piercing, a cerchio, collier semirigidi e da anelli componibili. Il best seller è però l'anello smaltato Baby Vine, declinato in vivaci colorazioni, rosso, rosa, azzurro, verde, arancione.

Il concept ha ispirato anche la prima boutique monarca che la designer ha appena inaugurato in via Solferino, nel cuore di Brera, a Milano. Riprende gli elementi presenti nelle sue collezioni, a cominciare dall'iconica Floricultural: fiori, neon e tinte come il rosa, in particolare, scelto per gli interni. «Non è una boutique tradizionale. Ho scelto lo stesso architetto che ha disegnato la mia camera quando avevo 15 anni, Massimiliano Locatelli. È uno spazio molto accogliente, kawaii (cioè carino e tenero, nella cultura manga giapponese, ndr), racconta. L'Oriente guida da sempre il suo stile, fin dalla prima collezione "No rice, No life", e l'utilizzo di pietre e materiali come ametiste, zaffiri, tsavoriti, topazi, peridot, corindoni, diamanti e cristalli di rocca. «L'ispirazione delle collezioni nasce dai viaggi in Asia. La gioielleria è una forma d'arte: ciascun pezzo è concepito come se fosse un mondo di fantasia in miniatura dove immergersi».

Laureata in Jewellery design alla Central Saint Martins di Londra, ha creato il suo marchio nel 2013, subito premiato con l'award Giovani Imprese - Believing in the Future istituito da Fondazione Altgamma, mentre i suoi gioielli concettuali, ma facili da indossare, hanno sfilato sulle più importanti passerelle. Tra le figure di riferimento, cita la designer britannica Solange Azagury Partridge e la greca Melanie Georgacopoulos. Un gioiello è per sempre? «I gioielli si tramandano di generazione in generazione e col tempo acquisiscono un valore sentimentale». Per l'anima divertente e pop, sposa le sue creazioni ai girl power delle Spice Girls e sogna di vederle indossate da star come Rihanna e Dua Lipa e «donne influenti in ambiti diversi come il mondo dell'arte, dell'economia o della politica».

Foto: M. Basso

Un tributo a Napoli sfilando nei luoghi simbolo della città, come teatri, musei e palazzi storici, famosi in tutto il mondo e che stanno a cuore a chi ama la città sul Golfo, Rocco Barocco ha fatto una scelta precisa: «Non ha più senso sfilare seguendo i ritmi pressanti della moda. Preferisco fare una sfilata di alta moda l'anno, bella, spettacolare, nei posti più ricchi di storia della mia città, che adoro».

La svolta di Rocco Barocco, la sua voglia di uscire dal calendario delle sfilate di moda, è stata ufficializzata con l'evento del 28 ottobre al Teatro San Carlo. «Napoli è la mia città e voglio celebrarla alla grande con la mia moda». Un lusso che lui si può permettere: «Le licenze degli accessori e dei profumi vanno bene e così mi concedo la libertà di sfilare senza i vincoli che oggi regolano il mercato della moda guidato dalle multinazionali del lusso».

Al Teatro San Carlo di Napoli, Rocco Barocco ha messo in scena abiti ispirati alla mostra a cura di Andrea Chiesi, *I sette vizi capitali*, ospitata alla Reggia di Caserta. Le sculture raffiguranti Paolina Borghese, il Satiro e la Medusa in passerella sono diventate un inno "ai sette vizi della moda", con un trionfo di pizzi, nude look, corsetti e giubbini da biker, stampe pop art e floreali, con colori brillanti ed esplosioni d'oro.

Una sfilata che ha visto più di mille invitati e si è guadagnata molti applausi. Compresi quelli di Sandra Milo, l'amica di una vita, sempre presente ai suoi eventi. Come quello dello scorso anno che ha organizzato al Museo archeologico di Napoli per celebrare i suoi cinquant'anni nella moda. «D'ora in poi mi prendo la libertà di sfilare come voglio», racconta il desi-

“La libertà di sfilare dove e come voglio”

Rocco Barocco ha celebrato la sua Napoli con uno show event e deciso di non seguire più i ritmi della moda:
“Del resto gli esami da stilista li ho passati da un pezzo»

di Laura Asnagli



gnier. «Del resto gli esami di stilista li ho superati da un pezzo». E aggiunge: «Amo avere ritmi diversi e mi piace considerarmi un artigiano della couture, con il mio atelier dove poter accogliere le miei clienti e creare per loro abiti unici». Rocco Ba-

▲ **A teatro**
In alto, un momento della sfilata al Teatro San Carlo di Napoli (sopra)

rocco ama ricordare i suoi esordi nella moda a Ischia dove ha vissuto da ragazzo. «Ero pazzo per la moda e portavo negli hotel dell'isola gli abiti che le dive del cinema acquistavano in una famosa boutique». Ma a 18 anni, in piena Dolce Vita, è andato a Roma, dove, più tardi, negli anni caldi del '68, è cresciuto come stilista realizzando abiti d'alta moda per star come Liza Minnelli, Anita Ekberg, Claudia Cardinale, Sophia Loren e Sandra Milo. Nel '78 ha fatto la sua prima sfilata a Milano. «Ci sono arrivato con il mio Maggione carico di vestiti sexy. Nulla a che vedere con il minimalismo. Ma poi molti mi hanno copiato».

Foto: M. Basso

Il progetto di Zanellato

Creato dai bambini per i bambini

di Sibilla Di Palma

Credo che avere la Terra e non rovinarla sia la più bella forma d'arte che si possa desiderare», diceva Andy Warhol. Oggi quel concetto è adottato anche dai brand di moda che hanno fatto della filosofia "ricicla, riduci e riutilizza" una parte fondamentale delle proprie strategie. Come Zanellato che, in collaborazione con gli studenti del master in Strategic design del Politecnico di Milano, ha creato (riutilizzando in modo innovativo ritagli di pelle dei propri prodotti) dieci limited edition sostenibili del suo celebre modello Postina. Il progetto si inserisce nell'ambito di un'iniziativa più ampia, che intende sostenere



▲ **Fantasia**
Ragazzi al lavoro sul progetto di Zanellato per creare la capsule il cui ricavo sarà devoluto a Dynamo Camp

Dynamo camp, struttura specializzata nella terapia ricreativa, dove sono ospitati gratuitamente per periodi di vacanza e svago bambini e ragazzi malati, in cura o nel periodo di post ospedalizzazione, che hanno contribuito a realizzare la capsule partecipando alla fase di decorazione delle borse. «Ho voluto scatenare la creatività di questi bambini perché l'estro più ingenuo può essere magico», spiega Franco Zanellato, fondatore e direttore creativo del brand. Che ha scelto di devolvere il ricavo delle vendite a Dynamo Camp e al camp europeo di SeriousFun children's network, associazione fondata oltre 30 anni fa da Paul Newman oggi portata avanti dalla figlia Clea.

Foto: M. Basso