

marie claire

ENGLISH
TEXT

ITALIA

WWW.MARIECLAIRE.IT

OTTOBRE 2013
€3,60

VOLUME 1
NON VENDIBILE SEPARATAMENTE

SPECIALE MODA

700 PAGINE DI STILE

REAL WOMEN

I BLOG DEL CURVY

NUOVE CAPITALI

MEGALOPOLI PER MEGALOMANI

SERIAL TV

CHE DONNA SI PROFILA SULLO SCHERMO

ANTONIA WESSELOH

TEMPO PRESENTE

SOPRA. BORSA BOMBETTA IN FELTRO E SETA, DI WELCOME COMPANIONS. SOTTO. COLLAGE DI JOHN STEZAKER. A LE RENCONTRES ARLES PHOTOGRAPHY SINO AL 22 SETTEMBRE.

Dalì a metà degli anni Trenta, le sono valse la definizione di "surrealista più di ogni surrealista" da parte di Natalia Aspesi, e la paternità di pezzi cult, compreso l'abito da sera con aragosta gigante che Wallis Simpson volle a tutti i costi. Il continuo flirtare di Schiap con stravaganza e fantasia sembra oggi l'unico antidoto al mass market, l'illuminato faro a cui guardano in molti, a cominciare da Christian Lacroix a cui è andato il compito di far rivivere la griffe Schiaparelli con una capsule collection. È un bel segno dei tempi la valorizzazione di genialità eccellenti, proprio come quelle che stanno dietro a tre mostre che quasi simultaneamente celebrano il primato dell'originalità - guarda caso - tutta al femminile: a Milano, a Palazzo Morando durante la fashion week (dal 22 settembre) si apre *Hat-Ology*, che esibisce una selezione di copricapo scelti tra i 600 cappelli e 1300 abiti che costituiscono il lascito di Anna Piaggi, musa e critica di moda che ha incantato il mondo con appunti di stile folgoranti tanto quanto le sue incredibili mise. Più tormentata, ma altrettanto feconda, l'avventura esistenziale ed estetica di Isabella Blow, amica elettiva di Alexander McQueen (fu la prima a comprarne l'intera collezione, pagandola a rate): curata dalla fondazione che porta il suo nome, va in scena il 20 novembre alla Somerset House di Londra *Isabella Blow: Fashion Galore*, grande mostra che, insieme all'inesauribile guardaroba, celebra la sua personalità. Infine, a Berlino sino a dicembre, una retrospettiva al Gropius Bau festeggia Meret Oppenheim, berlinese racé e autrice nel '36 di uno dei manifesti del Surrealismo, quella tazzina da caffè interamente rivestita di pelliccia di gazzella che sintetizza il bisogno di rompere con gli schemi usuali, per affidarsi completamente agli impulsi più indicibili.

«I sogni son desideri di felicità. Nel sonno non hai pensieri, ti esprimi con sincerità...»

(LEIT-MOTIV DI CENERENTOLA)

DESIDERI SURREALI. Intanto il lusso continua ad assecondare il bisogno globale di favola: è conclamato che superbrand come Prada, Ferragamo, Hermès, Tiffany stanno aumentando i fatturati con percentuali a due cifre. Il che, vista la crisi dei consumi, ha già del fiabesco. Alcuni, come Louis Vuitton, stanno addirittura studiando strategie di upgrading, per difendere l'esclusività del marchio. Ed ecco che l'economy fashion-surrealista è servita. □

SONIA RYKIEL

QUI ACCANTO. CAMPAGNA STAMPA "SURREALE" PER SONIA RYKIEL. FIRMATA MERT & MARCUS. SI ISPIRA AI POSTER FRANCESI DEGLI ANNI 20. A SINISTRA. TRONCHETTO CON MAXI ZEPPA E RICAMI DI CHARLOTTE OLYMPIA.