



FR 40

newsmodanews

ARMADILLO, IN SCOOTER CON STILE

È in arrivo in Italia la linea di abbigliamento per scooter "made in London" Armadillo, da settembre in alcuni selezionati punti vendita. Nata dalla creatività di Tim Hebden, la proposta di Armadillo è quella di fornire abbigliamento da moto che strizzi l'occhio allo stile, sganciandosi dalle "armature" e puntando sulla tecnologia fornita da d3o, un materiale innovativo che si adatta al corpo e assorbe allo stesso tempo gli urti. In scooter con stile, ma aiutati dalla tecnologia. ■ Matteo Zampollo



A.N.G.E.L.O.: il vintage sbarca a Firenze

In occasione di Pitti Immagine, il 17 giugno 2009 sarà inaugurato il nuovo monomarca A.N.G.E.L.O. Vintage Clothing a Firenze, a due passi da Piazza della Signoria, nel cuore della città d'arte per eccellenza. La boutique, curata nei minimi dettagli dal titolare Angelo Caroli e progettata da Alessandro Moradei (architetto responsabile anche degli allestimenti di Pitti Immagine e dello spazio espositivo della Stazione Leopolda) ha l'aspetto di un salone accogliente, dall'atmosfera calda e informale, arredato con pezzi di modernariato e impreziosito da un lampadario composto da cappelli vintage trasformati in paralume. Nella boutique è stato allestito uno spazio espositivo, denominato Small Museum, che ospiterà sei mostre nel corso dell'anno dedicate a designer, maison storiche o tematiche personalmente scelte da Caroli; durante ogni singola mostra verranno presentati al pubblico capi attinti dall'archivio A.N.G.E.L.O. Il primo appuntamento dello spazio è dedicato a Emilio Pucci, in onore delle origini fiorentine dello stilista. ■ Rossella Mauri

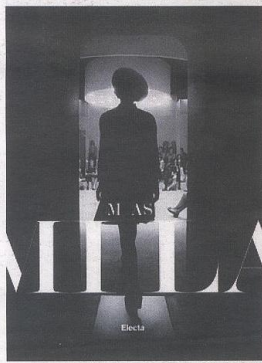


Il denim "Made in USA" ha un nuovo nome: William Rast

Il denim "made in USA" ha un nuovo sapiente divulgatore. Si tratta del marchio d'oltreoceano William Rast, brand iconico della "New America", creato e fondato da Justin Timberlake e Trace Ayala nel 2005. Le collezioni del marchio guardano all'iconografia americana, alla cultura del denim e al mondo della motocicletta, rivisitando elementi della tradizione strizzando sempre un occhio al contemporaneo. Per il prossimo autunno/inverno il brand prende spunto a piene mani dal film culto di Francis Ford Coppola "Rumble Fish-Rusty il Selvaggio", rielaborando tinte unite, prediligendo il bianco e nero, rivisitando i tagli dei capi. Ne derivano così linee pulite e colori basici per monocromie e speciali lavaggi, mantenendo sempre come colore icona del brand il blu indaco. Si gioca così con gli accostamenti di materiali (pelle, flanella e cotone) e di stampe (dalle camicie a quadri alle grafiche di artisti e icone americane), proponendo T-shirt extra long da portare sotto giacche doppio petto o blazer destrutturati, giacche di pelle dai forti dettagli, camicie dal taglio workwear, e intramontabili jeans. Se volete avere un assaggio del brand, ora venduto nei più importanti department store del mondo, basta visitare il sito www.williamrast.com. ■ Valentina Arianese



Tempo di novità per Mila Schön



Mila Schön sceglie Pitti Immagine per lanciare la sua nuova collezione uomo, la prima per il brand, e la monografia "Mila as Mila", celebrazione del genio creativo dell'importante stilista. La collezione uomo presenta un gusto espressamente metropolitano, che fa del capospalla l'elemento iconico. Vestibilità slim, pelle e tessuti vengono minuziosamente scelti in funzione della forma e delle stampe, i must aziendali sono rivisitati in chiave contemporanea. La pubblicazione, invece, edita da Electa-Mondadori, celebra il marchio a cinquant'anni dalla sua nascita e traccia l'evoluzione del brand e della celebre designer attraverso le immagini di alcuni dei più importanti fotografi internazionali: da Bailey a Bourdin, da Mulas a Barbieri. La collezione e il libro verranno presentati e celebrati con un evento, che proporrà una performance di danza contemporanea, ideata dal coreografo Matteo Lavaggi, e si terrà presso la Palazzina Presidenziale della stazione di Santa Maria Novella. ■ Valentina Arianese

Cool music by Diesel



Si chiama Diesel:U:Music la proposta del brand di Renzo Rosso per sostenere i giovani talenti musicali. Attivo dal 2001, quest'anno il progetto D:U:M offre sempre più modi per farsi notare: prima, la diffusione radiofonica online e nei Diesel stores, oltre a una visibilità assicurata da Diesel, e poi una competition che selezionerà tra i partecipanti due vincitori in tutto il globo. Da qui partirà un tour mondiale come supporter di grandi gruppi, per provare ad avere lo stesso successo di Mylo, Diplo o The Cool Kids, illustri vincitori del progetto negli anni passati. ■ Matteo Zampollo

Le giacche più nuove



Non possono mancare nel guardaroba maschile, noi andiamo a cercare le più interessanti fra quelle che vengono proposte a Pitti per la p/e 2010. In particolare segnaliamo la collezione "Il Viaggio" di Mario Vigilante in cui si racchiudono le esigenze di chi vuole un capo elegante, comodo e tecnicamente all'avanguardia, ed è proprio con Sweat Jack, cioè una giacca-felpa, in cui il brand unisce l'eleganza del blazer e la comodità della felpa, che va a soddisfare le richieste del viaggiatore più chic, ma anche di quello più sportivo, creando un look comodo e allo stesso tempo elegante. Brooksfield presenta invece una rivisitazione della "field jacket". Un capo completamente innovativo, adatta a un uomo che ama essere sportivo ma con classe, attento ai materiali e ai dettagli. La giacca è proposta con un materiale composto da nylon traspirante e una fodera in jersey adatto per diverse situazioni. Capi per un uomo contemporaneo assolutamente dinamico. ■ Sara Leyx

H&M lancia la nuova collezione per Fashion Against AIDS



Il colosso fast-fashion made in Svezia e l'associazione no-profit Designers Against AIDS si uniscono, per il secondo anno, in un'importante campagna di sensibilizzazione dei giovani nei confronti dell'HIV/AIDS. Katy Perry, Dita von Teese, N.E.R.D. e Yoko Ono sono solo alcuni degli artisti che hanno collaborato con H&M alla realizzazione di T-shirt, abiti, canotte e bodice: una collezione per ragazzi e ragazze, composta al 100% di cotone organico, ispirata al design degli anni '80, al bianco e alle stampe e graffiti dai colori brillanti. Il 25% dei proventi delle vendite sarà devoluto al progetto che unisce, ancora una volta, moda e musica per veicolare il messaggio della prevenzione e della lotta all'AIDS. ■ Giorgia Virzi