

# Dall'eleganza sussurrata di Max Mara al romanticismo di Luisa Beccaria LA FEMMINISTA SCOPRE LA FEMMINILITÀ

Abiti in chiffon, spacchi e trasparenze contro le grisaglie. Prada e Fendi: non bisogna vestire come gli uomini per essere ascoltate

DANIELA MASTROMATTEI

■ Un messaggio femminista e femminile quello di Silvia Venturini Fendi che dedica la sua collezione alla donna forte, indipendente e combattiva, ma anche sensuale. Perché «non bisogna vestire come un uomo per essere ascoltate», sottolinea la stessa stilista. Per combattere questo mondo tanto maschilista non abbiamo bisogno di snaturarci. Ma di sentirci libere di osare. Altro che giacca da uomo o abito castigato, per maneggiare il potere dobbiamo indossare il vestito in chiffon rosa, sostiene Silvia Venturini più grintosa che mai. La sua rivoluzione passa pure attraverso mise per ogni età e taglia. Bisogna essere fiere di non essere anoressiche, come lo sono «alcune giovani che fanno una questione politica dell'aver qualche chilo in più», dice la Venturini Fendi.

In passerella il pizzo, le giarrettiere, le calze velate, la rete, le trasparenze (e i gioielli) a volte a contrasto con tessuti ruvidi, come quello del cappotto militare. L'abito rosa bouclair ha le maniche scultoree, la sottoveste di pizzo ha una banda nera sul seno come la censura di certe riviste, la camicia-camicia ha il collo a sciarpa foderato di pizzo, le scollature ricordano il buco di una serratura, persino la giacca di flanella ha impunture che segnano il seno, mentre le stecche vanno a sottolineare il punto vita. C'è anche il maculato, ma si ingentilisce in un sofisticato paisley ricamato in velluto. I gioielli sono ipertecnologici, dall'orecchino-penna alla custodia per lo smartphone. Gran bel lavoro. Graziosa e funzionale anche la borsa a soffietto che si può personalizzare all'interno.

Sono libere di osare con la femminilità e di liberarsi delle censure anche le donne di Prada. La maison meneghina ha deciso di rinviare lo show della collezione resort il 21 maggio prossimo in Giappone per «l'incertezza legata alla diffusione del nuovo coronavirus», ma a Milano ha mostrato ieri «una collezione fatta d'istinto, che avesse un senso», premette Miuccia Prada. «Volevo rappresentare la forza delle donne: leggerezza, delicatezza, glamour», spiega la stilista «sono la vera forza delle donne». Ed eccoli i cliché del femminile, le frange, i ricami, gli spacchi, le trasparenze, i tacchi che



Sopra da sinistra: Fendi, Prada, Max Mara, Luisa Beccaria. E sotto a destra: Anteprima

si abbinano ai tailleur austeri, alle camicie con cravatta, ai cappotti dalle spalle grandi, ai giubbini di nylon stretti in vita dalle cinture che disegnano linee a clessidra. In questo contrasto la delicatezza diventa forza: la gonna con le pieghe destrutturate (e tagliate) è indossata col blazer over, la tunica di rete con le décolleté in vernice. Al collo medaglioni portarosso o portacipria per un ritocco veloce, in mano borse gioiello.

## SPALLE ARROTONDATE

L'eleganza sussurrata di Max Mara alterna i colori del cammello ai blu e ai grigi giocando con il mare d'inverno. Silano lussuosi cappotti, soprabiti da ufficiale e caban. E poi blazer dalle spalle squadrate, maniche rese vaporose da volants, montgomery, bomber, piumini e mantelle. I volumi sono importanti, le spalle arrotondate ma l'effetto finale è quello di una silhouette sempre armonica e femminile. Per la sera le camicie in chiffon trasparente si abbinano a pantaloni in

tessuti preziosi. E il sartoriale è vincente come sempre da Max Mara.

Luisa Beccaria è una donna immersa nei fiori. Fil rouge della collezione sono le immagini d'erbario, il fiore d'inverno dalle tinte desaturate, ora macro ora mini e tagliato su calzamaglie e dolcevita fascianti da indossare sotto a volumi più ampi. Agli abitini romantici scivolati lunghi fino alla caviglia si alternano i pantaloni a sigaretta a vita alta tra impalpabili strati di tulle delle sottovesti. Qua e là c'è anche lo scozzese e il tweed. Mentre i cappotti spigati rosa e azzurri dai dettagli ricamati a filo sono perfetti per scaldare le giornate della prossima stagione fredda.

«La felicità è nelle piccole cose. Nel saperle confezionare con cura e dedizione». Parola di Izumi Ogino, la stilista giapponese al timone di Anteprima, che ha pensato a un classico rivisitato partendo dal concetto chiave di felicità. «Facendo una ricerca è emerso che i Paesi nordici, dove le persone passano molto tempo in casa a dedicarsi alle piccole cose, sono quelli in

cui la gente è più felice. Credo che la felicità sia universale e abbracci la natura». Nella sua collezione troneggia una rapsodia di calancole, fiore che simboleggia, non a caso, la felicità.

Da Mila Schon dieci pezzi, neri e modulari. Un cambio e scambio, e tutto muta. A seconda del bisogno, dell'istinto, del momento. L'algebra di azioni semplici - addizioni, sottrazioni; un cappotto indossato come abito, un abito portato come cappotto - espande le possibilità. Il tempo fugge, lo stile resta. I dieci anni di N°21 Alessandro Dell'Acqua (auguri) li ha festeggiati fra tutte le sue piacevoli manie, dal femminile al maschile senza scossoni: cardigan sulle camicie a righe, catene sulle ballerine, barchine sulla pelle. E piume e paillettes a volontà. E mentre Daniele Calcaterra percorre la strada del minimalismo, Alberta Ferretti preferisce rubare al guardaroba di lui giacche e pantaloni over che poi rende sensuali con stivaloni; ma la sera ritrova la leggerezza di cristalli e paillettes.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La proposta di Lorena Antoniazzi

## Il brand che usa solo fibre nobili La vestibilità confortevole passa per Lorena Antoniazzi

■ La collezione 2020-2021 di Lorena Antoniazzi è un inno alla "vestibilità comfort": look dall'attitudine sportiva, tipica del brand, ma sofisticata. I capi, sempre in tessuti preziosi come il cashmere o le lane morbide e fluide, diventano abiti e tute per lavorare comodamente da casa o per il tempo libero. Centrali sono i completi sportivi realizzati però senza tralasciare la raffinatezza e l'eleganza tutta femminile. Per uscire al freddo, montgomery e cappotti in alpaca, parka con inserti in maglia e gilet in simil pelliccia. Una ricca gamma di accessori completa infine la collezione: scarpe, borse e bijoux versatili nell'uso e nell'abbinamento. Nello sport, la donna Lorena Antoniazzi opta per una tenuta da montagna chic, con tessuti tecnici imbottiti effetto acqua e tutta l'eleganza del bianco. Il marchio di Perugia unisce tradizione e innovazione sotto ogni aspetto, facendosi da una parte pioniere e promotore del mondo made in Italy.



Gli angeli di Victoria's Secrets

## Al fondo Sycamore il 55% del marchio Gli angeli di Victoria's Secret valgono 1 miliardo di dollari

■ È fatta: gli Angeli di Victoria's Secret cambiano padrone. L Brands cede il controllo della casa della lingerie alla società di private equity Sycamore Partners. Ad affermarlo è la stessa L Brands, annunciando la separazione del marchio di lingerie dal gruppo, all'interno del quale rimarrà solo Bath and Body Works. Sycamore Partners acquista il 55% di Victoria Secret per 525 milioni di dollari, mentre L Brands manterrà una quota di minoranza del 45%. Dietro la L Brands c'è il magnate Leslie Wexner, l'amministratore delegato da più lungo tempo presente nell'indice S&P 500, indicato negli ultimi tempi come pronto a un passo indietro nella holding. Quanto a Victoria's Secrets, un tempo la regina della lingerie, il brand è in crisi ormai da qualche anno. Le vendite non danno gioia e il marchio ha dovuto affrontare vicissitudini anche sul piano reputazionale, che hanno contribuito ad allontanare i consumatori.