

# MONDO UOMO

BI-MENSILE DI RICERCA E DESIGN DELLA MODA - BIMONTHLY OF FASHION RESEARCH AND DESIGN

9 770393 808002

C. P. Company

ELIZABETH SHUE  
LEONARDO DI CAPRIO  
CUORI SOLITARI  
OLYMPIC GAMES '96

destinazione  
inverno



A sinistra, capi Giorgio Armani Golf. A destra, Giorgio Armani ma nella versione Neve. Sotto, Romeo Gigli Sport.



▶ seguito

ne' stilistica serve così a dare quella caratterizzazione che lo rende diverso da altri prodotti simili. L'impronta data da uno stile è un fattore molto importante, perché chi si veste abitualmente in un certo modo desidera farlo anche nei momenti di libertà. Come succede con la neonata - in questo settore - Romeo Gigli Sport, presentata all'ultimo Pitti Uomo a Firenze: «Lo scopo di questa linea è quello di offrire un'alternativa a chi desidera essere se stesso nel tempo libero. Un tempo libero che non necessariamente viene occupato da uno sport ma anche da qualsiasi attività che richieda un abbigliamento comodo e disinvolto». Un concetto di libertà che vuole lasciare spazio alla creatività e alla fantasia di ciascuno, rivisitando la 'memoria storica' dei capi tecnici. Un recupero di linee, di stili, attualizzato nelle collezioni Romeo Gigli (che per la prima uscita P/E '97 propone capi per il



fitness) con un tocco di ironia e leggerezza e da tessuti innovativi. Innovazione è la chiave di volta utilizzata anche nella collezione Valentino Sport, anche questa esposta a Firenze, che con materiali confortevoli e traspiranti come il Supplex e i piquet di poliammide, propone per l'A/I '96 una linea tecnica dedicata allo sci. Per la primavera Valentino Sport rivisita i temi classici del golf, del tennis e del fitness con capi tecnici e non, adatti anche a un uso più ampio nel tempo libero. «La collaborazione con Valentino», afferma Augusto Gamberi, direttore marketing della Hemmond S.p.A. che produce Valentino Sport e Romeo Gigli Sport, «è un'operazione che segna il ritorno del fashion nello sport dopo diversi anni di dominio del tecnico 'spinto'. Il mercato è pronto a recepire un discorso che abbina l'immagine-moda a caratteristiche tecniche impeccabili».

Patrizia Gatti



## Faces

# Carol Christian Poell: fedele alla linea

Timido per scelta, o per vocazione, non vuole che si pubblicino foto del suo volto: «Meglio i miei vestiti, della mia faccia». Intanto il "New York Times" ha titolato "The newest pants ever", "I pantaloni più nuovi mai visti" quelli che Poell ha presentato per il prossimo inverno e la lista delle 'celebrities' che indossano i suoi capi si allunga di giorno in giorno. Negli States ha già avuto la gloria di essere conosciuto solo con le sue iniziali, un vezzo riservato solo ai grandi: Ccp, pronuncia 'si-si-pi'. Lenny Kravitz ha definito i suoi pantaloni Ccp «i più hot che abbia avuto», Madonna ha già scelto molte sue creazioni e sono di Poell tutti gli abiti, indossati nel tour americano, dei componenti della band della cantante. Stesso discorso per gli Smashing Pumpkins, gruppo musicale in vetta alle hit parade mondiali mentre apprendiamo che Linda Evangelisti

sta acquista i suoi pantaloni e le sue camicie Ccp nello snobbissimo store di Fred Segal a Los Angeles. Eppure, conoscendo questo trentenne dal volto serio e dalle lunghe mani che lavora con ascetica devozione a Milano, dove vive da otto anni, nulla sembrerebbe più lontano dal suo carattere schivo e dalla sua moda severa del clamoroso e chiassoso mondo dello show-biz internazionale. Ma il mix della sua conoscenza sartoriale del taglio e la ricerca avveniristica di nuovi tessuti ha fatto sì che come tra il nitrato e la glicerina, esplodesse un connubio tra i più dirompenti nella moda di oggi: una sorta di couture tecnica, di razionalizzante senso delle forme che governa i materiali più inconsueti: pelle e tulle stretch, mischie di fibre tessili e artificiali, spostamenti di senso nell'utilizzo: tessuti preziosi per modelli supersemplici, oppure l'utilizzo del lamé - alcune stagioni fa - per l'underwear maschile più destabilizzante. Austriaco, Poell oltre alla sua linea ha sviluppato delle collaborazioni di consulenza 'tessile' con Jean Paul Gaultier, Ann Demeulemeester, Gianfranco Ferré, Gianni Versace. Da loro e con loro ha affinato il senso per la scelta dei tessuti, anche se il suo stile - asciutto, rigoroso ma non semplicemente minimalista - proviene da una 'sofferata' ricerca interiore e non è in debito con altri creatori. Qualità che lo hanno fatto apprezzare dai più noti 'retailers' del mondo - il già citato Fred Segal a Los Angeles, Charivari e Barney's a New York, Harvey Nichols a Londra, Joyce a Bangkok insieme a molti altri.

Antonio Mancinelli