

E

**ANSA**  
**BENI CULTUR**

NAZIONE
Stamps
Profitti
Conti
Escl

Home
Italia
Mondo
Società
Internet
Economia
Sport
Spettacolo

L'ultima edizione

Le edizioni precedenti

MODA: PARIGI; LA FINESTRA SULLE COLLEZIONI

(ANSA) - PARIGI, 10 MAR - ELEGANTE E (TROPPO) PERFETTA LA DONNA HERMES - Elegante, bella, seducente, dolce, rassicurante, intelligente, decisa: la donna di Hermes e' talmente piena di doti (peraltro elencate incessantemente, a suon di musica, durante la sfilata) che corre il rischio di farsi rubare il marito da una sciattona qualsiasi. Paradossi a parte, il marchio francese, che fattura 1,3 miliardi di euro e che Martin Margiela disegna con maestria impeccabile, ha dato oggi uno spettacolo di vero lusso dal sapore attuale. Tra le novita' che andranno a ruba tra le fan della H, la gonna marrone aperta davanti su un semplice abito di maglia grigio ferro, i pantaloni in visone rasato portati con il maglione, la camicia-giacca, senza maniche, di raso prugna o di flanella grigia, infilata nei rigorosi pantaloni, il 'fichu' non piu' solo di seta, ma anche di nappa nera (sui 300 euro il suo prezzo) da portare alla Pecos Bill su golfini, la nuova borsa 'Iniziale' (una shopping con manici tubolari, disegnata personalmente da Jean Louis Dumas Hermes). KENZO DIVENTA MOLTO BRITISH - Una collezione molto british quella di Kenzo (gruppo Lvmh), disegnata da Gilles Rosier. Lo stilista ha fatto esplodere in passerella scozzesi, tweed, stampe arazzo, motivi cachemire e righe stile college, per una collezione ispirata alle bambole di porcellana, con molti patchwork e contrapposizioni di maschili e femminili. Spalle morbide, vita sfuggente e appoggiata sui fianchi, orli arricciati, marsupi in cuoio di Cordoba, stemmi e stivali in abbondanza. Verdi abbinati al rosa, ma anche rosso, arancione e fucsia, marrone e nero. NASCE EXCESS, IL SEMESTRALE DEDICATO ALL'ESTETICA DELL'EROS -Da una idea del fotografo Marino Parisotto, nasce Ex.Es (abbreviazione di Excess) un semestrale che, facendo incontrare erotismo e moda, si propone come un oggetto da collezione. Il primo numero costera' sui 250 euro e viene presentato stasera a Parigi nel ristorante Man Ray. Parisotto (vincitore nel 2001 dell' American Award of Photography) ha coinvolto il giornalista Gianluca Lo Vetro come coordinatore editoriale di questo prodotto "per i gourmet delle immagini", ma anche per gli appassionati della moda colta. "Vogliamo ridare dignita' alla fotografia come sostanza - ha spiegato Parisotto -, amiamo la carta, e tutto quello che si puo' fare con essa noi lo faremo. Non diciamo che odiamo Internet, ma preferiamo le cose che restano. Ogni numero avra' un diverso art director, l'unico filo conduttore sara' l'erotismo, cioe' una emozione semplice e democratica, una delle emozioni piu' forti che Dio ci ha dato". Il primo numero, illustrato da Custo Barcellona, viene presentato a Parigi per sottolineare che si tratta di un progetto internazionale; tuttavia - sottolineano Parisotto e Lo Vetro - Excess e' anche uno di quei prodotti che solo in Italia possono essere fatti. Edito da Cesare Calcaterra con la partecipazione di Giacomo Leva, Ex Es viene stampato da Gianni Nava. (ANSA). FIL

10/03/2002 17:44

© Copyright ANSA Tutti i diritti riservati

◀ TORNA ALL' INDICE

Business :  
Salute  
Telecomu:  
Ansa Can  
Piccole e  
Imprese

Banche e  
My Ansa  
Press Re  
Ansa WA

English &  
Noticiero  
Eurosur  
Eurosur  
Ansa Ba  
Sportell  
Confere  
Mondo