

■ **MODA** / La nuova rivista

## Ex-Cess, quando l'immagine è culto

PARIGI — Non una rivista, non un libro ma un oggetto di culto. Da pubblicare due volte l'anno, in soli 10.000 esemplari, a 250 euro la copia. Con pagine d'argento, come sculture di testo, o di garza, con foto d'autore, testi straordinari, e la copertina ripiegata in quattro come un poster con su scritto: *Ex-Ex*, abbreviazione di *Ex-Cess*, nuova testata per i gourmet dell'immagine. «Per tutti quelli che come me sono stanchi dell'ovvietà delle foto di moda e di erotismo che ci ha invaso — spiega Marino Parisotto, che è il direttore di *Ex-Cess* e che ha appena vinto a New York l'*American Howard of Photography* — chi fotografa tutto con straccetti e tette nude. Da un anno sto dietro al progetto con l'editore Gianni Nava di Navaweb, un'idea ambiziosa, sì, ma può esistere solo a questa condizione: quella di puntare all'eccellenza, alla straordinarietà, al sacrosanto eccesso». Parisotto, che ha scattato campagne per La Perla, Soviet, l'ultima dell'Alfa Romeo, Custo Barcelona e tanti altri nomi cult della moda e del design, presenta stasera a Parigi *Ex-Ex*, al Man Ray Bar con una gallerie di foto che saranno pubblicate nel primo numero, a giugno prossimo. Scatti di Helmut Newton e di Parisotto stesso, Guy Aroch e Louis Sanchez (l'autore delle campagne Gucci). «Newton ha aderito subito al progetto della nuova rivista — racconta Marino — e ha inventato per noi una storia fotografica in venti scatti. E la sua disponibilità spara sia l'inizio di una collaborazione lunga. Perché *Ex-Ex* deve diventare un po' la casa dei fotografi e dei veri art director. La moda non è: fine ma un mezzo, è un ospite privilegiata della rivista ma resta sempre e solo un ospite». E qui il riferimento all'andazzo modaiolo di certe sfilate, di certe campagne, è evidentissimo. «Basta con le stylist che giocano a fare i creativi, basta con tutto questo marciò che c'è nell: moda e nel mondo patinato che le gira attorno». D'accordo con Parisotto, anche Gianluca Lo Vetro, giornalista e critico di costume, incaricato di seguire e di coordinare tutti i testi di *Ex-Ex*. «Dentro il progetto c'è anche una tesi, come quella di Giacomo Leva di "Smemoranda" — spiega Lo Vetro — a significare l'unicità di questa avventura editoriale. I testi saranno sempre completamente svincolati dalla parte fotografica. Tutti scritti importanti, eccessivi da un punto di vista concettuale. Cominciamo con la storia dell'assenzio non con la moda dell'assenzio, e l'autore è Fabio Gibellino. Ma poteva essere chiamata a scrivere anche Vivienne Westwood o un altro stilista. Non vogliamo cadere nel tranello di avere la firma di gridò senza il pezzo d'eccellenza»

Eva Desideri

MAZDA DEMIO. La piccola monovolume con tutto di serie. Da 10.950 euro (21.202.157 lire).



# IL GIORNO

Il giornale di tutti i giorni, con le notizie più importanti e le opinioni più originali. In edicola a 100 lire. Abbonamento annuo 10.950 euro (21.202.157 lire). Per abbonamenti e arretrati scrivere a: IL GIORNO, viale Mazzini 10, 00187 Roma. Tel. 06/47811. Fax 06/47812. E-mail: abbonamenti@ilgiorno.it

Nazionale  
Bergamo-Brescia  
Lodi

www.ilgiorno.it



090  
Euro



28310

9 771124 211009

Domenica 10 Marzo 2002 - Anno 47 - numero 58

127

# LA NAZIONE

# Il Resto del Carlino"