



Gucci come un film Demna debutta con un cast stellare

di SERENA TIBALDI

È venne il giorno di Demna. Di nuovo. A 30 ore dalla divulgazione, a sorpresa, della sua prima collezione per Gucci (già in vendita da domani), lo stilista georgiano raddoppia, presentando in un cinema ricostruito all'interno di Palazzo Mezzanotte, in Piazza Affari, il corto firmato da Spike Jonze e Halina Reijn, *The Tiger*, con Edward Norton e Demi Moore che interpreta Barbara Gucci, erede del marchio e proprietaria della California, stilista e governatrice a tempo perso. «Gucci è un marchio italiano, mi sembrava giusto che questa fosse la città in cui venisse presentata la première», spiega Demna prima della proiezione, dopo avere abbracciato la neo ad Francesca Bellettini, Luca de Meo, nuovo ad Kering e François-Henri Pinault.

«Non l'ho cercato io questo ruolo, si è trattato di dire sì o no. Mi sono trasferito da poco a Milano, ma ci tengo a vivere qui: amo l'architettura brutalista e mi piace quanto la gente tenga alla moda».

Proprio durante i primi giorni di lavoro in città Demna ha deciso di ribattezzare ogni look della collezione con un nome che è archetipo dell'italianità. «Ogni parola che ho scelto racchiude un mondo: come lo spieghi a uno straniero che vuol dire "Pesantone"?». In sala, oltre alle star del film, applaudono Gwyneth Paltrow, Serena Williams e Valeria Golino; sui social

media impazza già la corsa ai meme sui cliché messi in scena con la collezione. L'era di Demna da Gucci è iniziata.

Sarà che con la maison e il creativo s'è tornato a parlare, tanto, di Milano, ma i riferimenti alla città paiono moltiplicarsi in questa prima giornata di passerelle. Per Diesel, Glenn Martens l'ha trasformata in un campo da gioco, con una caccia al tesoro andata avanti tutta la notte: 55 modelli vestiti con i nuovi capi hanno stazionato per ore, chiusi in gigantesche uova trasparenti, in giro per la città. Chi le ha trovate tutte ha vinto uno dei look a scelta fatto su misura. Poteva optare per un completo di satin e jersey stampati come jeans, un abito a ragnatela di tricot animalier o per il denim multicolore.

Ma perché un'operazione del genere? «E perché no», risponde ridendo il bravo Martens che fra pochi giorni debutterà a Parigi con il prêt-à-porter di Maison Margiela (un impegno che forse lo ha spinto a una presentazione alternativa qui). «Invece delle solite prime file, abbiamo lasciato spazio al pubblico. Diesel è davvero un brand democratico».

Da Alberta Ferretti, Lorenzo Serafini si concentra sulla figura, quasi mitologica, della padrona di casa, elegante e rilassata, che accoglie gli ospiti con tuniche plissettate di maglia, simili a quelle di Ma-





riano Fortuny che Tina Chow, icona degli anni 80, usava per ricevere i suoi amici. Lui ci aggiunge kimono di diverse pesantezze, pepli e sottovesti di lino leggero. Piacevole. Peserico gioca invece con forme e sfumature dei giardini fioriti, aggiungendo a sete e cotone anche il Tencel, una fibra che rende tutto più languido, morbido e che scivola sul corpo.

L'inglese James Long porta invece Iceberg a casa sua, con una collezione che cita chiaramente lo stile degli Oasis e, soprattutto, dei fan della bande negli anni Novanta: un po' preppy, un po' sportivo. Nulla di nuovo, forse, ma la formula funziona.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un corto lancia la prima collezione del designer Con Demi Moore grande protagonista



⬆ Un look di Diesel presentato in una bolla



⬆ Alberta Ferretti, abito in chiffon plissettato



⬆ Peserico rende il suo omaggio alla natura





← Ispirato
allo stile Oasis
lo sportwear
di Iceberg





↑ Demi Moore
in *The Tiger*,
il film con la
collezione Gucci

