



Jonathan Anderson riscrive i codici di Dior tra sogno e realtà

Il set dello
stilista
nordirlandese
è di Luca
Guadagnino
Da Stella
McCartney
Helen Mirren
recita i Beatles

dalla nostra inviata

SERENA TIBALDI
PARIGI

Dior è un marchio enorme, e l'immaginario che il pubblico gli ha costruito attorno lo è ancora di più. Ci sono libri e film su questa maison; lo stesso Christian Dior ha giocato con la narrazione, lavorando con Hitchcock e Marlene Dietrich. C'è una tensione tra sogno e realtà con cui ci si deve confrontare per forza». Jonathan Anderson è consapevole di quanto è alta la posta in gioco. Ieri lo stilista nordirlandese ha presentato la sua prima collezione donna per il brand. A giugno aveva iniziato con l'uomo, ma Christian Dior è entrato nel mito con la sua femminilità aggraziata e radicata nella couture: perciò è qui che

tutti lo aspettavano al varco, come dimostra la valanga di speculazioni, critiche e lodi sui social media.

«Il momento storico è talmente cupo che la moda per molti è una valvola di sfogo. Immagino me e gli altri designer debuttanti come in un film thriller, con noi che guardiamo con terrore qualcosa che ci attacca dall'alto», scherza lui commentando la veemenza dei social. Per poi tornare al suo lavoro: «Capire dove Dior possa andare non è immediato. Non ci riuscirò oggi, e nemmeno domani, ve lo garantisco. Spostare una macchina tanto maestosa verso un nuovo obiettivo richiede tempo. Ma quando ci si riesce, è magico». In effetti non s'era mai visto un tale coinvolgimento di pubblico. E ha ragione quando dice che per capire una simile maison servono tempo e lavoro. Ma il percorso che lo stilista ha intrapreso è chiaro: infonde-





re la sua visione contemporanea, estrema ma commercialmente attenta, in quelle che lui definisce «le principesse perfette di Dior», quelle creature meravigliose che tante sognano di essere.

La sfilata si apre con un video del documentarista Adam Curtis che con immagini d'archivio e scene di film horror racconta la storia della maison e la responsabilità che Anderson sente nel ruolo. Il corto è proiettato sulla grande piramide rovesciata al centro della sala; il set è di Luca Guadagnino. Tra gli invitati, oltre a Johnny Depp, Brigitte Macron e Carla Bruni, diversi designer: Alessandro Michele, Stella McCartney, Rick Owens, Simone Bellotti, tra gli altri. E poi, arrivano gli abiti. «L'idea è l'alternanza tra il vestirsi molto eleganti e molto casual», spiega Anderson. Apre una reinterpretazione del Tourbillon del 1957, un miracolo di nodi e plissé, e si prosegue con una camicia e una mini di denim. C'è il tailleur Bar, con la giacca allungata e la gonna accorciata sostenuta da crinoline; le gonnelline ispirate al vestito Delft del 1948 e i colli di pizzo disegnati da Saint Laurent. Ci sono le bissacce di suède e le borsette da sera, le décolletées con la C e la D sulla punta e i ricami a fiorellini. C'è tanto. E, anche se non tutto funziona perfettamente, l'allure fresca e leggera spinge le piccole magagne in secondo piano.

Stella McCartney fa suo il testo di uno dei brani più famosi dei Beatles, la band di suo padre Paul, e apre lo show

con Helen Mirren che recita le strofe di *Come Together*, trasformandolo in un inno all'unione per una moda rispettosa dell'ambiente. Tutto come da programma per la stilista inglese, che anche con la collezione primavera/estate '26 fa leva sui suoi classici più rodati: i completi sartoriali maschili, il denim ricavato riciclando vecchi jeans, gli abiti sexy da sera, qui fatti di fevers, replica vegana delle piume.

Acne Studios alterna invece il molto maschilino con il molto femminile: completi oversize e tenute da mandriano pronto per un rave party oppure sottovesti di pizzo "bombate", che creano le curve anche se non ci sono. Divertente.

Nicolas Di Felice dimostra di possedere una delle virtù più importanti per un creativo: le belle idee. Ha costruito tutto lo show di Courrèges, dalla collezione alla colonna sonora fino all'allestimento, immaginando un giorno d'estate a Parigi, con la temperatura che sale scandita da una voce, le luci che illuminano la passerella sempre più brillanti (l'invito è un paio di occhiali da sole) e i vestiti che riprendono la silhouette preferita dal fondatore del marchio André: scamiciati a trapezio con le gonne sopra il ginocchio, maniche tre quarti o bretelle. È tutto rifinito e moderno. Compresi gli abiti fatti con i parasole per i finestrini delle auto.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

