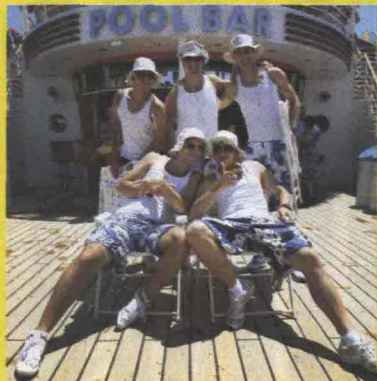


09.12



118
fashion

PAGINE GIALLE

MENSILE DI MODA, ARTE, DESIGN, PASSIONI... AL MAX

118 TESTIMONIAL: STEPHEN DORFF 119 VISUAL: VOGLIA DI STREET ART 120 BIKE: SU LA TESTA

122 FASHION: A DUE RUOTE | 124 ELEMENTI DI STILE: QUEI BRAVI RAGAZZI | 126 BEAUTY: I MAGNIFICI CINQUE



126
beauty

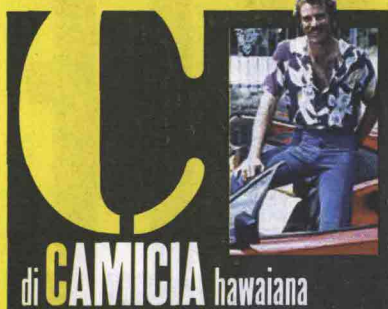


FASHION

MAX Pagine Gialle | FASHION

a cura di LUCA ROSCINI

COLLEZIONI, APERTURE,
TENDENZE, LE NEWS
DAL MONDO DELLA MODA



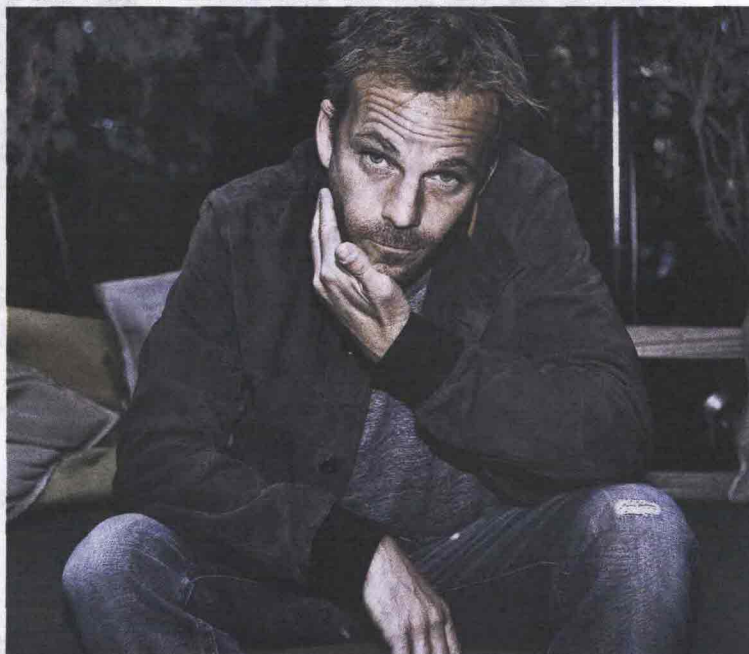
di CAMICIA hawaiana

Saltata fuori a sorpresa dal cilindro creativo dei designer di moda (Prada, Moschino, Givenchy) per questa estate agli sgoccioli, la camicia hawaiana con le sue stampe, i suoi fiori, palme e frutta ha rinfrescato il guardaroba dell'uomo che di colori e stampe ha sempre paura.

La camicia meno ortodossa di sempre ha origine negli anni Venti nelle isole Hawaii in pieno Oceano Pacifico, dove in breve diviene simbolo della solarità di questo luogo ameno. Negli anni del dopoguerra è il souvenir dei turisti americani in vacanza in questo arcipelago così da far divenire la produzione tessile secondo indotto economico per questo Stato. La camicia tutta stampe raggiunge la grande popolarità negli anni Cinquanta quando ne indossa una Montgomery Clift in *Da qui all'eternità* e nei Sessanta quando Elvis Presley inizia a indossarla tutti i giorni oltre che nei suoi film-musicarelli. Il vero trionfo iconografico arriva però negli anni Ottanta quando un baffuto e irsuto Tom Selleck ne fa l'uniforme per i suoi inseguimenti nel telefilm *Magnum P.I.* ambientato proprio nelle isole Hawaii dove la camicia stampata, detta anche Aloha Shirt o Waikiki, è divisa ufficiale del 50° Stato degli Stati Uniti e vera cartolina indossabile per turisti di tutto il mondo.

CIAO STEPHEN

DORFF IN ITALIA PER HOGAN. E PER LA FIDANZATA



Luigi Miano

«In occasioni eleganti indosso un abito con la cravatta, ma quando posso preferisco un look casual, mixando strati, stili e marchi». Parla da icona della moda navigata Stephen Dorff, attore americano esploso col film *Somewhere* firmato da Sofia Coppola. E prima di allora più noto come star sciupafemmine (lista infinita) che non si fa problemi a girare scene hot (nudo integrale e sesso spinto in *Shadowboxer* del 2005). La stessa sicurezza da uomo che non deve chiedere mai ha persuaso Hogan, marchio del made in Marche tra i più noti, a scritturarlo per la campagna invernale scattata in bianco e nero interamente a Cinecittà nei luoghi dei set di Fellini e Mastroianni. Che in fondo Stephen abbia una passione per l'Italia è confermato anche dalla sua ultima fidanzata, la modella anconetana Emanuela Postacchini.

LA MIA BANDA SUONA IL ROCK

Quattro chiacchiere con Tara Ferry, testimonial di Energie. «God save the Queen. E Lady Gaga»

Ci bacchetta quando lo descriviamo come cantante di una band indie rock: «Siamo rock e basta, niente indie». Tara Ferry, frontman del gruppo inglese Rubber Kiss Goodbye e figlio di Brian Ferry, non è per le mezze misure. La stessa immagine rock l'ha prestata a Energie per la comunicazione al pubblico del marchio del gruppo Sixty che ha fatto dei membri della band tre icone vissute delle musica, attraverso immagini in bianco e nero, giubbini di pelle e capelli ribelli. Noi ci siamo divertiti a fare un quiz da spiaggia a Mr. Ferry Jr. sul grado rock di alcune icone. Oasis o Blur? «Oasis». David Beckham o Wayne Rooney? «Beckham». Madonna o Lady Gaga? «Lady Gaga». Il Papa o la regina Elisabetta? «La regina Elisabetta». Sempre di inglesi si tratta.



ECOLOGIA AL COLLO

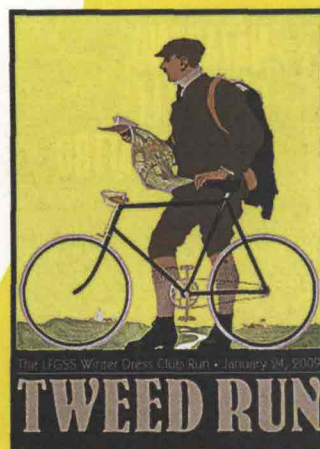
Erbe, radici e foglie. Non si tratta di una ricetta new age bensì delle materie prime usate per la tintura delle sciarpe di cashmere create da Lardini. Tutta la filiera è ecosostenibile e monitorata da Asap, as sustainable as possible, associazione che sviluppa progetti tutti eco nel settore del tessile.

VOGLIA DI STREET ART



La collezione di Sebago, sulle orme di Keith Haring e Basquiat

Quando aveva 17 anni le sue tele erano i treni della metropolitana e i suoi compagni di scorribande Keith Haring e Basquiat. Erano i primi anni Ottanta e la scenografia era la New York in crisi d'identità tra gang e crisi petrolifere. Nonostante tempi e contesti siano cambiati Stash, pioniere dei graffiti, continua a rimanere fedele all'arte urbana. E alla strada si ispira anche per una collezione firmata Sebago, intrisa di cultura underground e dna dell'azienda di calzature, che lascia poi spazio anche ad altre realtà di NYC come il collettivo Vane e Ronnie Fieg.



SE ANCHE IL TWEED DIVENTA TECNO

Ai partecipanti della Tweed Run, la bicicletta old style che si svolge a Londra ogni anno e che ha come dress-code il tweed, prenderebbe un colpo. Eppure anche quello che è il tessuto storico del Regno Unito è oggetto delle teorie di Darwin. Un passaggio di questo evolucionismo lo segna

Aquarama, azienda di cappispalla ultramoderni, che lancia per questo autunno il tecno-tweed, inedita interpretazione del classico tessuto british che, grazie alla tessitura mescolata a fili di nylon, si trasforma per divenire estremamente morbido e water-proof. Alla faccia dei conservatori.

RODRIGO APRE A MILANO CON I MATIA BAZAR

Nel 1983 cantavano Vacanze Romane, premio della critica al Festival di Sanremo. Poco meno di trent'anni dopo Piero Cassano e Fabio Perversi, membri storici dei Matia Bazar, si sono ritrovati per festeggiare l'inaugurazione del primo monarca a Milano di Rodrigo in Corso Genova 1. Prima tappa di una strategia di aperture dell'azienda abruzzese che ha appena compiuto 50 anni.

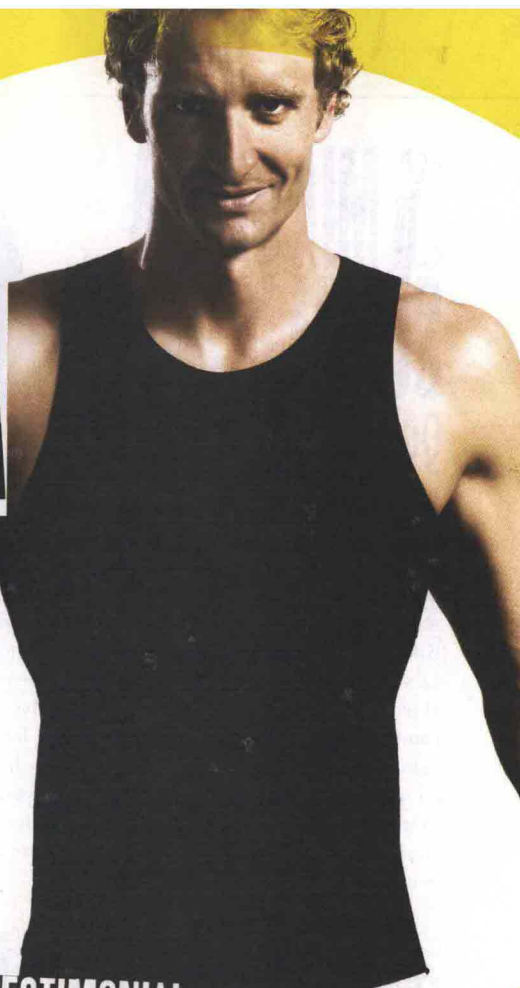


MAXPAGINE GIALLE|FASHION

L'INTIMO A DIETA

YAMAMAY RIVOLUZIONA L'INTIMO MASCHILE. LA LINEA BASIC SLIM TI AIUTA A DIMAGRIRE

Rivoluzione (reale) dell'intimo-dimagrante. Dal 5 settembre in tutti i negozi Yamamay è possibile acquistare una linea sia uomo che donna denominata Basic Slim: 10 prodotti che aiutano a snellire la figura e tonificare la massa corporea. Il segreto sta nel tessuto che ha al proprio interno una microfibrina finora utilizzata solo per prodotti sanitari ricca di principi attivi quali caffeina, retinolo, vitamina E, aloe e acidi grassi. Questo cocktail tutto naturale permette di aiutare il processo di dimagrimento e insieme di modellare torace e addominali. A raccontarci questa nuova frontiera dell'intimo è l'ex nuotatore ora telecronista Massimiliano Rosolino. Provare per credere.



MASSIMILIANO ROSOLINO TESTIMONIAL DELLA NUOVA LINEA IN MICROFIBRA

TIMBERLAND VERSO LA SCARPA 100% RICICLATA

Non bisogna farsi spaventare dal nome da videogame della Nintendo, le Earthkeepers Hookset Premium Chukka non hanno niente a che spartire con Super Mario & co. Si tratta invece dell'ultimo lampo di genio dei creativi di Timberland da sempre col pallino dell'ecosostenibilità. Stavolta queste calzature hanno la suola realizzata in gomma riciclata, rifiniture ottenute dal recupero di bottiglie in plastica, lacci di cotone organico e pellami provenienti da concerie certificate. Altro che videogames!



120 MAXI.GAZZETTA.IT

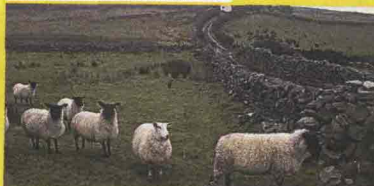


IL CASCO È "SUL PEZZO"

La crisi, si sa, attanaglia anche il settore dell'editoria e con esso i quotidiani in continuo calo di vendite. Per sostenere quello che è da sempre strumento di informazione e approfondimento per eccellenza, il marchio Jolly Sport lancia sul mercato un casco ricoperto di pagine strappate a un giornale. Per chi vuole essere sempre sul pezzo, anche durante gli spostamenti in motorino.

DALL'IRLANDA CON AMORE

In Irlanda le pecore che pascolano in semilibertà negli umidi altipiani erbosi sono circa mezzo milione. Le stesse danno vita, con il loro vello pregiato, a un lambswool molto ricercato, rustico e caldissimo. È questa la tipologia di lana che quelli di Urban Ring vogliono riprodurre per l'autunno alle porte. Lana grezza, quindi, lavorata a trecce ma sveltita da inserti sportivi come, ad esempio, la felpa con cappuccio inserita all'interno di maglioni dall'aspetto assolutamente irish.



NAZARENO GABRIELLI SI FA IN QUATTRO

Dopo alterne vicende Nazareno Gabrielli, marchio storico del centro Italia, si riposiziona nel mercato della pelle tramite una collezione sezionata in quattro. Ogni parte si rifà a una città italiana (Roma, Milano, Firenze e Siracusa) e spazia dal rigore delle cartelle da ufficio alla leggerezza delle valigie da viaggio. Che il derby abbia inizio.

MAXPAGINE GIALLE FASHION

DUE RUOTE

A LONDRA LO STILE SCEGLIE LA BICICLETTA

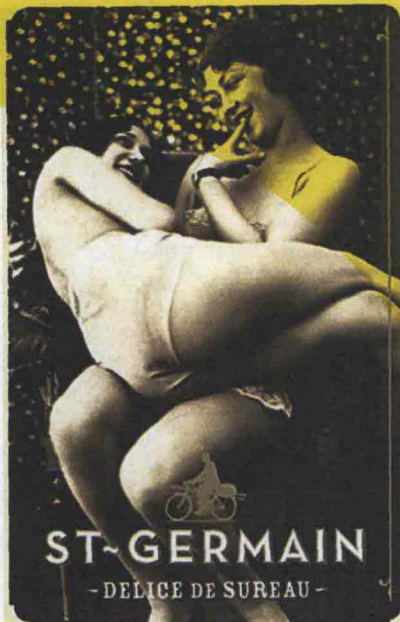
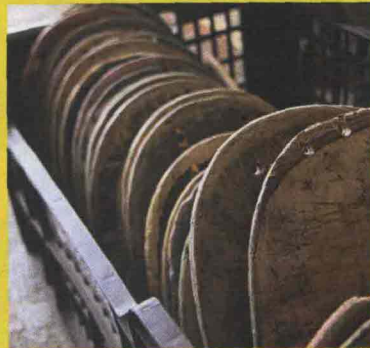
Si trova in tutte le librerie di Londra. È una sorta di enciclopedia fotografica dello stile inglese sulle due ruote: c'è il dandy in completo di tweed con bici rétro e bombetta a Chelsea, c'è l'hipster tutto tatuato con Vans e berretto da ciclista di Hackney e pure la signora con cestino in vimini e cappellino surreale pronta ad andare al torneo di Ascot. Sarà che la moda delle biciclette è ormai diffusissima, ma quella che il fotografo Horst A. Friedrichs ci racconta è la tendenza (tutta londinese) che si è sviluppata intorno alle bici da città. *Cycle Style*, Prestel Publishing, on line per 17 sterline.



IL DANDY IN TWEED, L'HIPSTER TATUATO
LA SIGNORA IN CAPPELLINO...

SKATEBOARD IN VISTA

Mentre il mondo degli appassionati si mobilita per evitare la chiusura dello Skateboard Museum di Stoccarda (la raccolta di fondi si fa su Facebook o sul sito del museo stesso), unico in Europa, gli amanti della tavola più modaioli hanno deciso di donare i propri skate inutilizzati al duo di belgi Vuerich B che quanto a creatività ne hanno da vendere. I due giovani sono riusciti infatti a creare una collezione di occhiali da sole riutilizzando tavole ormai in pensione. Due/tre paia di occhiali per tavola, tutti fatti a mano.



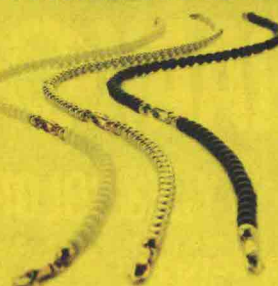
IL LIQUORE SU MISURA



Parallelismi eno-tessili. La storia del St-Germain, liquore made in France, sembra quella del cashmere più pregiato. Il St-Germain è infatti il risultato della raccolta dei fiori di sambuco alpini fatta a mano durante le 4 settimane di fioritura. I fiori arrivano in distilleria, vengono lasciati macerare e poi mescolati con acquavite o grappa. Il tutto per ottenere il liquore giudicato il migliore alla Ultimate Spirits Challenge del 2010.

122 MAX.GAZZETTA.IT

I GIOIELLI DEGLI IMPERATORI. BY BOCCADAMO



Bizzarrie archeologiche: a inizio luglio in una tomba del V secolo a Nagaoka, vicino a Kyoto, nel sud del Giappone, sono state trovate due perle di vetro con le caratteristiche tipiche dell'arte romana (di alto livello, pari a quella degli imperatori). Che il commercio fosse così "globale" già allora è questione che arrovella gli storici del mondo antico. Stupisce anche la qualità dei manufatti, la stessa a cui mira il marchio di gioielli Boccadamo, che propone per l'uomo dei bracciali più ricchi e articolati fatti di pietre e maglia di acciaio intrecciata dai richiami decisamente "imperiali".

MAXPAGINE GIALLE



a cura di CARLO ORTENZI styling MATTIA MAULINI foto di FEDERICO MILETTO

QUEI BRAVI RAGAZZI

CARDIGAN, CAMICIA OXFORD E CRAVATTA. LA TENDENZA UNIVERSITY È TORNATA



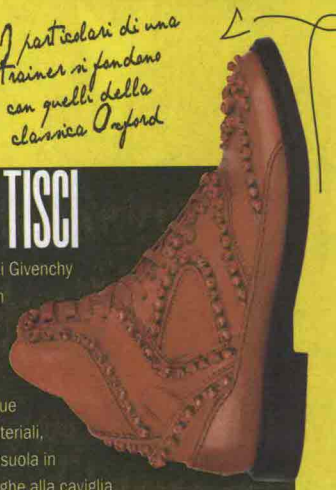
DAMMI UNA LAMETTA

Da Ysl si cambia musica o meglio designer. Dopo otto anni Stefano Pilati lascia il posto a Hedi Slimane. Per l'ultima collezione maschile A/I 2012-13 Monsieur Pilati ha reinterpretato in chiave minimal il movimento punk. Volumi diversi, ma tanta pelle e tutta nera interrotta o meglio "tagliata" da lamette micro stampate sulle camicie o macro su morbidi maglioni in cachemire.

Il punk reinterpretato in chiave minimal

124 stile

I particolari di una trainer si fondono con quelli della classica Oxford



IL GIUSTO MIX DI TISCÌ

Da quando è direttore creativo di Givenchy uomo, Riccardo Tisci progetta un look urbano dove lo sportswear si integra con i codici classici. Il suo polacchino è un mix tra la sneaker da basket e una brogue da gangster. Un contrasto di materiali, cavallino e vitello lucido/opaco, suola in cuoio, cristalli ton sur ton e stringhe alla caviglia.

POP ART UNDERWEAR

Yamamay s'ispira a Roy Lichtenstein



Il 29 settembre è il 15° anniversario della morte di uno dei padri della Pop Art, Roy Lichtenstein. A differenza di Warhol, la sua fu una vita tranquilla, senza eccessi e mondanità, vissuta in funzione della sua arte. Yamamay si ispira liberamente ai suoi volti di donne stupite o sgomento colte nell'attimo di un'azione per i boxer in jersey della collezione maschile del prossimo inverno.

MARNI DISEGNI SU T-SHIRT

Si chiama Brian Rea, è uno degli illustratori americani più quotati, insegna arte e presta la sua matita anche a case di moda. Consuelo Castiglioni, creative director di Marni, non ha esitato un attimo ad "arruolarlo". Per le collezioni dell'autunno Brian ha illustrato, con il suo tratto vagamente infantile in bianco e nero (interrotto dal rosso e dal verde vivo) shopping bag in pelle o pvc e T-shirt in cotone a maniche corte.



Da sinistra:
 In misto lana con interno in nylon e cappuccio **BOMBOOGIE** (173 €), camicia con dettaglio check **FRED PERRY** (112 €) e cravatta **ALTEA** (55 €). In cachemire e lana con interno in tessuto tecnico e cappuccio **HERNO** (995 €), camicia e cravatta in seta **BROOKS BROTHERS** (108 e 80 €). In cotone invernale con zip e interno in nylon imbottito in piuma **STONE ISLAND** (690 €), camicia **WEBB & SCOTT CO.** (85 €) e cravatta **CHURCH'S** (85 €). In lana con tasche a toppa e interno in tessuto tecnico **FAY™** (690 €), camicia **SUN 68** (da 79 €) e cravatta **TINO COSMA** (80 €).

MAXPAGINE GIALLE



CREATIVI Da sinistra, André 3000 Benjamin, Adrien Brody e Gael García Bernal per Gillette.

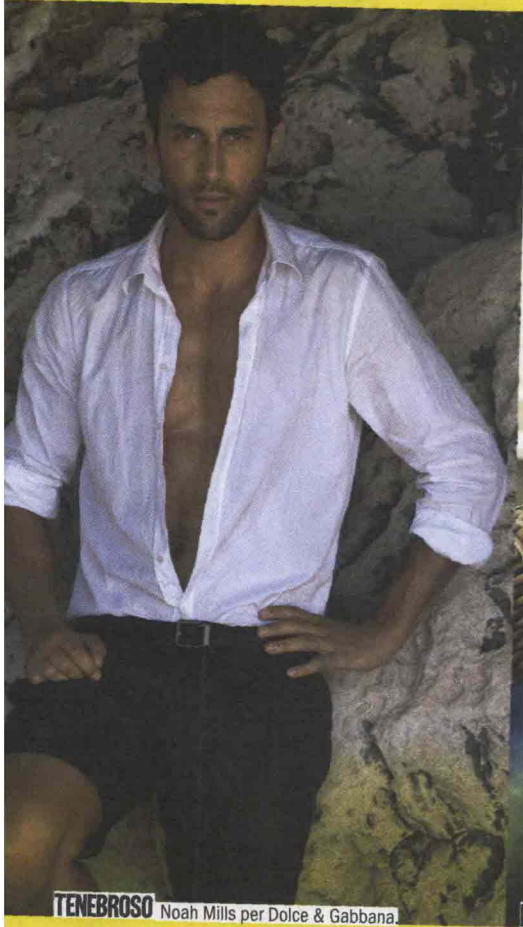
I MAGNIFICI CINQUE

**MUSICISTI, MODELLI,
ATTORI. ECCO
I TESTIMONIAL
DEI NUOVI PROFUMI
DELL'AUTUNNO**

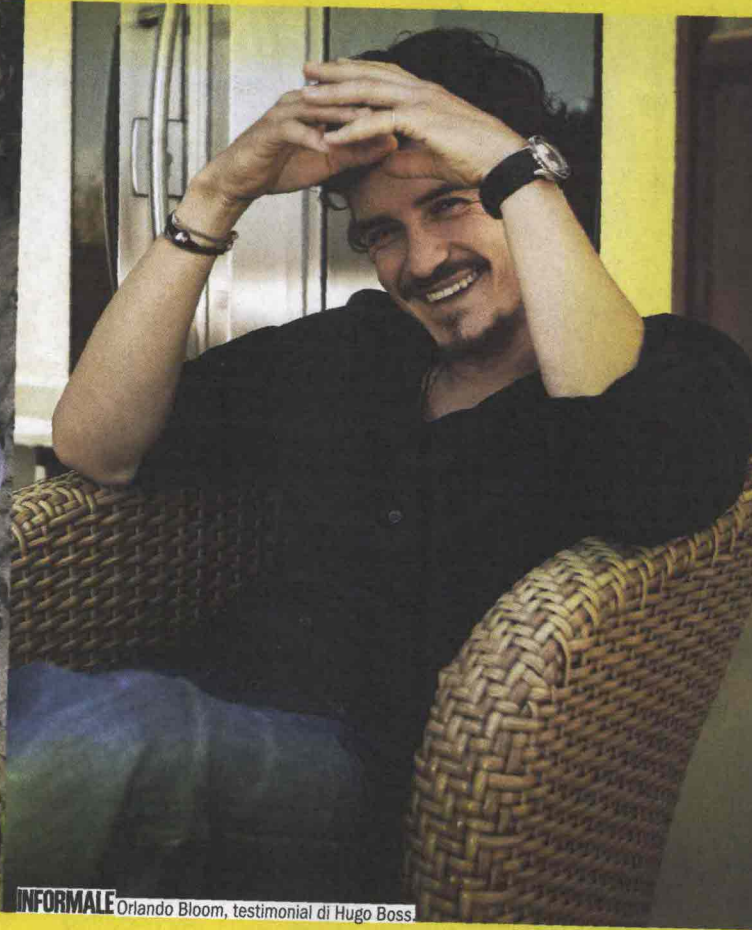
Nuovi ambasciatori. Icone di stile, personaggi famosi o intriganti modelli: sono i volti delle nuove campagne pubblicitarie. Per il Fusion ProGlide Styler, il nuovo rasoio sul mercato a settembre, Gillette si è affidata a tre volti: il musicista André 3000 Benjamin, il protagonista de *Il pianista* Adrien Brody e l'attore Gael García Bernal. Tre personaggi dotati di talento creativo e personalità, che mostrano come lo stile individuale possa essere definito e celebrato anche attraverso la barba. Un tenebroso Noah Mills sarà invece il prota-

gonista del nuovo spot per la reinterpretazione del packaging di Dolce&Gabbana Pour Homme, in uscita a settembre. Modello e attore statunitense, sex appeal da latin lover, è stato protagonista di molte sfilate e campagne pubblicitarie dal 2005. Orlando Bloom, con il suo sorriso, racconta Boss Orange la nuova fragranza di Hugo Boss per l'uomo metropolitano, ottimista, libero da schemi. Uno spot informale: un loft urbano, una poltrona Chesterfield e l'attore in jeans e T-shirt nera che davanti alla telecamera si mostra molto spontaneo e con tanta voglia di divertirsi. Tre campagne che ci accompagneranno per tutto l'autunno.

a cura di **GIANCARLA GHISI**



TENEBROSO Noah Mills per Dolce & Gabbana.

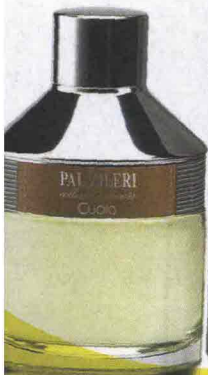


INFORMALE Orlando Bloom, testimonial di Hugo Boss.

COLLEZIONE PRIVATA

LE NOVITÀ DELLA LINEA PAL ZILERI UOMO

È una linea composta da sette fragranze per l'uomo che vuole interpretare uno stile fatto di raffinatezza e sensibilità: una passione per l'eleganza vissuta senza eccessi e radicata su valori autentici. Il flacone è l'espressione del design italiano, attento ai dettagli e all'innovazione, ma senza rinunciare alle linee classiche e rigorose del marchio. Le ultime novità sono Fougère e Legni con note aromatiche-boisé, Essenza di Aoud con un tocco orientale, e Cuoio (nella foto) molto persistente (da 45 €).



DIOR EAU SAUVAGE SHOWER GEL

In gel, a contatto con l'acqua si trasforma in morbida schiuma e deterge delicatamente corpo e capelli (30,03 €).



NIVEA FOR MEN BALSAMO CORPO IDRATANTE

Con minerali marini e oli nutrienti, da applicare dopo la doccia e risciacquare (5,02 €).



SEPHORA MEN DO-IT-ALL SHOWER GEL

Una formula 3 in 1: corpo, viso e capelli (8,90 €).



126 beauty

BAGNO O DOCCIA? IL CONSIGLIO DELL'ESPERTA

Bagno o doccia? Consiglia Magda Belmontesi, dermatologo: «La doccia è estremamente tonificante, veloce ed è indicata al mattino. Mentre il bagno è più rilassante, è defaticante quando si è particolarmente stanchi e stressati. Può essere utile usare un olio essenziale o un bagno schiuma aromatizzato. Favorisce il riposo notturno».

MAX.GAZZETTA.IT 127

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.