

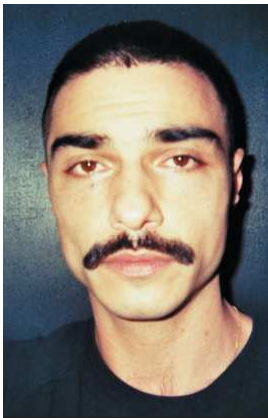
Interviste

Magliano: «A Pitti ritorno a casa»

«In questi anni, cercando la mia identità, ho ritrovato la mia storia italiana», ha raccontato a *MFF* il vincitore del premio Karl Lagerfeld di Lvmh che torna a sfilare in fiera, dove ha debuttato nel 2018. «Siamo in una fase di grande crescita Lavoriamo a consolidare i nostri mercati principali e a definire una strategia per espanderci negli States». **Giada Cardo**

Da Bologna a Milano, passando per Firenze dove tutto è cominciato. Il nastro del tempo sembra riavvolgersi per **Luca Magliano**, che questa stagione torna a sfilare a **Pitti** in veste di guest designer, riannodando il legame con la fiera fiorentina che nel 2018 aveva offerto un trampolino di lancio alla sua **Magliano**. «Sarà un ritorno alle origini», ha spiegato a *MFF* il designer bolognese, nel frattempo diventato stabile a Milano nel calendario di **Cnmi**, che domani alle ore 19 presenterà al **Nelson Mandela forum** «qualcosa di democratico», coinvolgendo **Kiton** e **Borsalino**. «Il mio lavoro di questi anni è stato ricercare la mia identità, e quello che ho trovato è stata la mia storia italiana», ha proseguito il designer, premiato l'anno scorso con il **Karl Lagerfeld prize** di **Lvmh**. Un contributo importante alla crescita del brand che incontra la visione strategica del partner **Underscore district**. «Da qua al futuro ci immaginiamo ancora misurati, concentrati. Prediligiamo l'intimità e i rapporti faccia a faccia», ha sottolineato Luca Magliano in questa intervista.

Lei ha partecipato a Pitti italics nel 2018, poi ha



Da sinistra, Luca Magliano e alcuni look Magliano (foto Clotilde Petrosino)



sfilato a Milano e ora torna a Pitti in veste di guest designer. Come mai questa scelta?

Il Pitti è stato fondamentale nelle fasi iniziali del brand, hanno creduto in me. Perciò sarà un ritorno alle origini, ai primi passi, dove il nostro progetto si è manifestato per la prima volta con quella enorme montagna di rose rosse che a pensarci adesso mi dà un gran senso di vertigine e tenerezza. Questo ritorno a casa, da persone a cui vuoi bene e che stimi, mi riempie di gioia.

Quella collezione si chiamava «Guardaroba per uomo innamorato». Che cosa è cambiato da allora?

Siamo sempre noi e quell'uomo è ancora innamorato. Il mio lavoro di questi anni è stato ricercare la mia identità, e quello che ho trovato è stata la mia storia italiana. E questa storia, guarda caso, coincide con quella delle persone che mi circondano e che nel tempo hanno iniziato a lavorare al brand.

Cosa porterà a Pitti?

Il meglio di Magliano ma an-

che semplificato, concentrato sui nostri capisaldi ma migliorato dalle tante cose imparate negli ultimi anni. Sono orgoglioso di lavorare con **Kiton** e **Borsalino** per lo show. Faremo qualcosa di democratico.

Ormai un anno fa, avete stretto una partnership commerciale e finanziaria con Underscore district. Come stanno andando le cose?

Questo accordo è stato un'operazione essenziale. **Underscore** mi ha colpito per la varietà di competenze e la

possibilità per noi di usufruire di questi servizi mantenendo una struttura decisionale agile e snella. Oggi lavoriamo a consolidare i nostri mercati principali e definire una strategia per espanderci negli Stati Uniti.

Lei torna a Pitti dopo aver vinto il Karl Lagerfeld prize. Come ha deciso di investire il premio?

Siamo in una fase di grande crescita. Ci stiamo strutturando e abbiamo bisogno di dare profondità al nostro lavoro. Vogliamo anche entrare nello specifico di certe categorie, dagli accessori alle scarpe, tutte cose fondamentali per esprimere un brand, non soltanto dal punto di vista commerciale. In tutto questo, il desiderio non è quello di diventare un'azienda di 20 persone. Da qua al futuro ci immaginiamo ancora misurati, concentrati. Prediligiamo l'intimità e i rapporti faccia a faccia.

Ha detto che questa di Pitti è «l'occasione ideale per immaginarci al futuro, più Magliano che mai». Cosa vede nell'orizzonte di Magliano?

Il Pitti lascia da sempre la libertà ai suoi guest di presentare il loro progetto senza compromessi. E noi ci stiamo lavorando. (riproduzione riservata)

Debutti

Achilles Ion Gabriel: «Ora parto con il total look»

La label di ready-to-wear del finlandese, già al timone creativo di **Camper**, farà il suo esordio con uno show previsto per giovedì. «Non ho mai voluto essere solo un designer di scarpe» ha dichiarato a *MFF*. **Michela Frau**

«**N**on ho mai voluto essere solo un designer di scarpe, voglio fare tutto». Sono queste le parole scelte da **Achilles Ion Gabriel** per raccontare la genesi del suo ultimo progetto, l'omonimo marchio di ready-to-wear che a **Pitti** farà il suo debutto. Il designer finlandese, tra i guest di questa edizione, svelerà infatti la collezione fall-winter 2024/2025 con uno show in programma per la terza giornata della manifestazione. E sulla collezione, «direi che è molto fedele a me stesso, ma la cosa migliore è scoprirla con la sfilata di giovedì», ha dichiarato a *MFF* il designer alla vigilia del suo debutto fiorentino. Il creativo finlandese, con alle spalle esperienze in brand come **Marni**, **Sunnei** e **Courrèges**, è dal 2019 al timone di **Camper lab**, linea sperimentale e innovativa del brand di calzature maggiorino, di cui, un anno dopo, è stato nominato creative director. Ora oltre la sperimentazione, l'artigianalità e il surrealismo delle sue calzature, è arrivato anche il tempo degli abiti e per crearli il designer è volato fino a **Cotswolds**, nel verde delle colline ingle-



Il designer Achilles Ion Gabriel

si. La collezione genderless comprende capi, calzature e accessori. «Alla fine, il marchio è un'incarnazione di me», ribadisce con schiettezza Gabriel, che per il suo futuro ha

idee ben precise.

Cosa significa per lei presentare la sua prima collezione a Pitti?

Ho sempre considerato Pitti un'importante realtà del settore, e Firenze poi è la culla della moda italiana.

Da dove nasce l'idea di lanciare il suo marchio?

Ho sempre affrontato il design delle scarpe come parte di un'intera silhouette, quindi è naturale che un giorno mi sia dedicato all'intero progetto.

Primo ricordo legato alla moda?

Mia nonna è sempre stata per me un'ispirazione di stile e libertà. Ho un ricordo molto bello di lei che indossa stivali rossi di vernice alti fino alla coscia, a casa in Finlandia, con una pelliccia e un'acconciatura provocante. È una forza della natura e un po' pazza, proprio come mia madre. Credo di aver preso da loro alcuni di questi geni.

Quali sono gli obiettivi che vuole raggiungere con la sua nuova label?

Voglio stabilire una forte presenza sul mercato, entrare in contatto con il nostro pubblico e fornire prodotti innovativi e di alta qualità. Vogliamo fidelizzare il brand, promuovere un'im-

agine forte e contribuire al successo e alla crescita generale dell'azienda, esprimendo al contempo la nostra visione estetica.

Come nasce un suo progetto creativo? Da cosa è ispirato?

Le ispirazioni nascono naturalmente nella mia vita di tutti i giorni e tengo una banca di immagini nella mia mente che poi vengono fuori quando mi siedo e disegno. In questo caso abbiamo deciso di organizzare un design camp di un mese intero in Inghilterra. È stato un modo nuovo di lavorare per me e mi è piaciuto molto.

Disegnare scarpe e fare vestiti, qual è la differenza?

In realtà non c'è alcuna differenza, a parte il fatto che le scarpe devono essere abbastanza comode, altrimenti ci si trasforma in un personaggio scontroso.

Tra i suoi sogni, c'è la direzione creativa di una maison?

No. Ma potrei prenderla in considerazione a seconda delle condizioni. Non investirei il mio duro lavoro perché altri possano raccogliere milioni e milioni di profitti. (riproduzione riservata)