

Protagonisti

# S.S. Daley: «Porto in Italia la mia visione per la moda britannica»

Nome già noto della London fashion week, il guest designer Steven Stokey-Daley farà sfilare il suo marchio a Palazzo vecchio. «Ci stiamo sviluppando come una British heritage house, ma in senso moderno», spiega a *MFF*. **Giada Cardo**

«**M**i aspetto di unire il mio mondo con quello di Pitti, di parlare a un nuovo pubblico ed entrare in contatto con il bacino commerciale del menswear a un livello diverso». Non nasconde il suo entusiasmo **Steven Stokey-Daley**, parlando con *MFF* alla vigilia del suo debutto italiano alla manifestazione fiorentina, di cui sarà guest designer, assieme a **Magliano** (vedere articolo a pagina XVI), con il brand **S.S. Daley**. Non ancora trentenne, ma già apprezzato su scala internazionale, il giovane designer di Liverpool porterà in scena la sua collezione Made in Britain giovedì 11 gennaio alle ore 17, svelando con una sfilata a **Palazzo vecchio**, nel cuore storico del capoluogo toscano, la visione del menswear che caratterizza il suo marchio nato nel 2020. Un talento nella rilettura degli archetipi dell'abbigliamento maschile, quello di Stokey-Daley, che parte dalla prospettiva della sua formazione nella working class per rivisitare e smantellare i capisaldi dell'heritage brit con ironia e un pizzico di stravaganza, giocando con l'eccentrico e l'inaspettato. «Steven Stokey-Daley trasfor-



Da sinistra, Steven Stokey-Daley (foto Trisha Ward) e alcuni look S.S. Daley (foto Cris Fragkou)

ma l'upper class britannica in una fantasia di moda queer», ha commentato **Francesca Tacconi**, special events coordinator di **Pitti Immagine**. «Ci piace il suo progetto noncurante dei vincoli di genere e impegnato nella sostenibilità, oltre al tratto quasi letterario di queste visioni, che ricordano i personaggi inguaribilmente eccentrici, ma dalle maniere impeccabili, dei romanzi di **Evelyn Waugh**». Un mix che ora si prepara a conquistare anche il pubblico italiano, dopo aver

già intessuto una rete di sinergie internazionali a partire dall'esordio alla **London fashion week** nel settembre 2021, con una performance in collaborazione con il **National youth theatre of Great Britain**. «Sono davvero entusiasta di portare le nostre idee in Italia, epicentro del menswear design. La visione del nostro marchio è così sinceramente intrisa di sensibilità brit che mi elettrizza l'opportunità di far collidere la nostra visione con le concezioni e la perce-



zione europee per la prima volta», ha raccontato Steven Stokey-Daley a *MFF*. Poche parole sulla collezione che salirà in passerella tra due giorni, ma che di sicuro non sfuggirà all'ennesima contaminazione stilistica. «Firenze è così ricca di cultura, artigianato, arte e storia. C'è così tanto da imparare in questa meravigliosa città», ha proseguito infatti il designer. Premiato con il riconoscimento dell'iniziativa **Newgen** del **British fashion council** nel 2021, un anno dopo Sto-

key-Daley ha ricevuto l'**Lvmh prize for young fashion designers**, per poi essere insignito del **Foundation award** ai **British fashion awards**. La sua corsa, così come la sua spiccata immaginazione, sembrano non conoscere tregua, tanto che nel mezzo c'è stata anche la collaborazione con la popstar inglese **Harry Styles** (tramite lo stylist di quest'ultimo, **Harry Lambert**, che si era innamorato delle creazioni di Steven, ndr) per il video musicale **Golden**. Oggi S.S. Daley è distribuito in tutto il mondo tra department store, retailer online e negozi come **Saks 5th avenue**, **Dover street market**, **Matchesfashion.com**, **Bergdorf Goodman**, **10 Corso Como Seoul** e **I.T store**. E dopo il debutto italiano, quale sarà il prossimo progetto per il marchio? «Mi concentrerò maggiormente sulle fondamenta di S.S. Daley, lavorando assieme alla nostra community per crescere sì, ma in maniera ponderata». «Firenze è così ricca di cultura, artigianato, arte e storia. C'è così tanto da imparare in questa meravigliosa città», ha proseguito infatti il designer. Premiato con il riconoscimento dell'iniziativa **Newgen** del **British fashion council** nel 2021, un anno dopo Sto-

Progetti

## La new wave design tedesca va in scena con Neudeutsch

Lo showcase, curato da Julian Daynov, mostra realtà emergenti e consolidate del Paese, come Avenir, Budde e Marke. **Matteo Zhu**

«**L'**idea del nostro progetto di collaborazione con **Pitti uomo** nasce dalla mia massima ammirazione per il lavoro che tutti qui svolgono per spingere e promuovere il design». Con queste parole **Julian Daynov**, buyer e fashion director, ha raccontato a *MFF* la scelta di presentare a **Pitti Neudeutsch**, il progetto sulla new wave design della Germania da lui curato che prevede una selezione dei lavori di diversi creativi e brand tedeschi, come **Acceptance letter studio**, **Avenir**, **Budde**, **Equality perfumes**, **Frnkow**, **Haderlump**, **Hernán**, **International citizen**, **J'ai mal à la tête**, **Marke**, **Muti**, **Noam**, **New tendency**, **Obs**, **Oftt**, **Sarah Illenberger** e **Sebastian Herkner**. «Nella mia vita da buyer, mi sono ritrovato a venire qui più volte all'anno e ho sviluppato, oltre a un grande apprezzamento per il format, anche un rapporto personale molto sincero con il team. Pitti è servito come terreno di potenziamento per i nuovi creativi, ha definito e supportato l'ascesa



Julian Daynov

di tanti incredibili designer nel corso degli anni. Lo showcase, allestito all'interno della Sala delle nazioni in Fortezza da Basso, porterà in scena un brand mix di realtà emergenti e consolidate, caratterizzate da influenze culturali diverse che vanno oltre il consueto stereotipo di un design tedesco monocorde ed esclusivamente funzionale, capace di dar forma a ciò che la new wave creativa di questo paese oggi rappresenta nell'ambito del fashion, degli accessori e dell'interior design. Neudeutsch proporrà una selezione indirizzata al menswear scegliendo marchi che uniscono una visione a un solido potenziale commerciale. «La scena è molto vibrante, vivida e apre una prospettiva completamente nuova sulla creatività contemporanea made in Germany. Sono davvero felice che trovi apprezzamento a così tanti livelli e che sempre più marchi globali cerchino l'interconnessione con designer tedeschi della nuova ondata per progetti collaborativi e co-creazioni», ha concluso. (riproduzione riservata)

Iniziative

## J QUALITY PORTA DODICI AZIENDE MADE IN JAPAN

Le label sono state selezionate, tra 400 realtà, da Hirofumi Kurino di United Arrows e da Masato Koyama di Heugn

**A**Pitti torna il Giappone. Si salda la partnership con la moda nipponica con il ritorno di **J quality**, progetto che porta in fiera dodici realtà manifatturiere del Paese, selezionate tra le 400 aziende certificate Jq. Una garanzia che attesta la realizzazione dei capi in tutte le loro fasi, a esclusione delle materie prime, in aziende del territorio che rispettano degli standard elevati in materia di sicurezza e qualità. Anche per questa edizione la presentazione è stata curata da **Hirofumi Kurino** di **United arrows** e da **Masato Koyama**, designer e fondatore del brand **Heugn**. Sveleranno le loro creazioni nello spazio del padiglione centrale, **In-a ka-date**, **Teclor**, **Goodpeople goodstitching goodproduct**, **Nakano apparel**, **Sanyo senko**, **Couper et coudre**, **Balancircular**, **Ideal pull-over**, **Kisuké**, **Uchida dyeing works**, **Trenta settanta** e **dDD**. Torna anche il progetto **New chapter of Italia X Japan**. Amc produced in Japan, che vede la collaborazione di due realtà produttive giapponesi impegnate nella realizzazione di una capsule di **Aldo Maria Camillo**. (riproduzione riservata)



Un capo J quality

Michela Frau