

# GIOIA!

GIOIA! *nuovi talenti/2*

*Trasformare  
la settimana dell'Alta  
Moda di Roma  
in AltaRoma,  
la fashion week degli  
stilisti emergenti  
in cerca di fama,  
non è stato facile.  
Ma le facce,  
le speranze,  
le idee e la bravura  
della meglio gioventù  
del made in Italy  
dimostrano che ne  
è valsa la pena.*

di Federica Fiori

**Moda, che passione!**  
Alexander Flagella,  
designer di Greta  
Boldini, davanti a un suo  
moodboard, con tessuti  
e foto dei look di sfilata.



# LARGO ai GIOVANI



GIOIA! nuovi talenti/2

“ CI PIACEREBBE  
TRASMETTERE L'IDEA  
CHE UGUAGLIANZA  
E LIBERTÀ  
D'ESPRESSIONE  
SONO DIRITTI DI TUTTI

Luca e Galib

**AltaRoma?** C'è chi la definisce un incubatore di talenti, chi una culla per stilisti in erba e chi, fuor di metafora, la inquadra per quel che è: l'unica fashion week "autonoma" dedicata ai designer emergenti. La svolta l'ha impressa Silvia Venturini Fendi nel 2010, diventandone la presidente e puntando su un'idea tanto precisa quanto essenziale: largo ai giovani. Non che gli storici couturier della Capitale siano stati messi da parte, anzi: agli *Atelier* è dedicata un'omonima sezione, diventata il trait-d'union tra le neonate sartorie 2.0 e le maison storiche, che rafforza il legame fra tradizione e contemporaneità. Ma con un calendario così movimentato e concettualmente *indie* – i colleghi internazionali ne vanno pazzi – **AltaRoma** è oggi l'epicentro dello scouting, della formazione e della promozione di *young talents* su scala mondiale. Qui c'è posto per tutti, conferma Adriano Franchi, direttore generale della manifestazione: «Perfino i giovani alle prime armi con una creatività non necessariamente legata alla moda trovano l'opportunità di farsi conoscere. Con *Portfolio Review* si presentano agli addetti ai lavori, che possono dare consigli sul percorso lavorativo o indicazioni utili sulle opportunità. I designer un po' più strutturati possono partecipare al bando per *Who's On Next?*, mentre per accedere al nostro ultimo progetto, *Showcase*, basta avere non più di dieci anni di attività o anzianità del brand e compilare un modulo che, come tutti gli altri, si trova sul nostro sito [altaroma.it](http://altaroma.it). Chi ha meno mezzi e meno esperienza si può proporre anche con una piccola iniziativa nella sezione *In Town* del calendario, che esalta Roma come fonte d'ispirazione e capitale del *lifestyle*».



## Luca e Galib

**Come avete iniziato?** È successo due anni fa, già quando studiavamo insieme eravamo affiatati anche perché abbiamo avuto storie personali simili: siamo entrambi cresciuti in Paesi diversi da quelli originari dei nostri genitori. Col nostro marchio, Act N°1, volevamo raccontare la nostra multiculturalità, focalizzandoci soprattutto sugli anni dell'infanzia, quelli del grunge Anni 90.

**Cosa vi rende unici?** Come dicevamo, rappresentiamo una generazione multiculturale: non vogliamo limitarci ai vestiti, ci piacerebbe trasmettere l'idea che uguaglianza e libertà d'espressione sono diritti di tutti.

**Il vostro pezzo cult?** I nostri capi preferiti sono quelli assemblati, uniamo due pezzi diversi che si fondono in uno, come in una sorta di metamorfosi.

**Dove vi vedete fra dieci anni?** Preferiamo obiettivi più immediati: entro due anni ci piacerebbe sviluppare un nostro team, e poi una linea di scarpe e borse.

## Alexander Flagella

**Come hai iniziato?** Greta Boldini, il mio marchio, nasce a Roma come bottega artigianale nel 2011, presto però il progetto diventa un brand. Il vero inizio arriva con *Who is on next?* nel 2013.

**Cosa ti rende unico?** Quello che cerco di fare, con Greta Boldini, è rendere la couture accessibile, quotidiana, per spogiarla delle sue regole e traghettarla nella quotidianità delle donne. **Il tuo pezzo cult?** Domanda difficile: il primo che ha sfilato (a lato), per la cromia, l'accostamento di materiali difficili (la duchesse di seta e il vinile) e perché rappresenta bene quel concetto di futuro romantico sui cui ruota l'emotività della collezione.

**Dove ti vedi fra dieci anni?** A New York, con la mia famiglia, in vacanza. Fermi a un semaforo, dall'altra parte della strada ci sono due donne che, come noi, aspettano di attraversare. Ci incrociamo, sorridono. Mi piace pensare che parte di quel sorriso l'abbia regalato loro l'abito che indossano, di Greta Boldini.



NON SONO UN GRAN DESIGNER  
DI SHAPE, FORSE PIU'  
UN **DECORATORE SERIALE.**  
CHI SI RIVOLGE A ME  
CERCA UNO STATEMENT-LOOK Davide Grillo

Ma è intorno al Fashion Hub, la terza e più succosa costola della manifestazione, che si concentrano in buona parte le ricerche della stampa specializzata e dei buyer. Oltre a *Showcase* e a *Who is on next?* ne hanno fatto parte la mostra *Cumulo* e l'allestimento sperimentale creato per ospitare i finalisti delle collezioni accessori. Entrambe si sono svolte negli spazi recuperati e riqualificati del Guido Reni District, un'ex caserma dal fascino ruvido e internazionale che ospita la maggior parte delle sfilate. La sperimentazione è di casa e l'entusiasmo è tale che anche le vecchie sartorie aprono le porte ai giovani: gli studenti dello IED di Roma, per esempio, hanno potuto reinterpretare a modo loro i capi messi a disposizione dall'Archivio Annamode, una delle più antiche sartorie cinematografiche della Capitale. Ovvio che anche all'estero si siano accorti che il vero *place-to-be*, per chi ha freschezza e talento, sia qui. Il Dipartimento per il Commercio Internazionale del Consolato Britannico ha presentato *Fashion is Great*, progetto con cui la britannica Sadie Clayton ha fatto sfilare modelle "diverse" per taglia, abilità, etnia ed età. E qui la moda sfiora universi paralleli, come quello di *Portfolio Review*, rivolto a chi esplora il fashion system da diverse angolature artistiche: designer, illustratori e, per la prima volta, progetti moda sostenibili. Con un programma così, gli "expat" di lusso non potevano resistere: Maria Grazia Chiuri è tornata per una chiacchierata al MAXXI su Roma come fonte d'ispirazione e Francesco Scognamiglio per festeggiare i suoi primi vent'anni in passerella.

## Niccolò Giannini

**Come hai iniziato?** Nico Gianni è nato nel 2016 dopo un intenso percorso di formazione e ricerca tra Firenze, Parigi e San Francisco. Mi sono diplomato prima in *pattern making* al Polimoda di Firenze, poi in *stylisme de mode* allo Studio Berçot di Parigi e infine ho conseguito un master in fashion design alla Accademy of Art University di San Francisco.

**Cosa ti rende unico?** Mi sono prefissato dei codici che guidassero sia la mia creatività, sia il mio pragmatismo. Nico Gianni rappresenta tutta la mia dedizione alla chiarezza estetica vista come sintesi di concretezza e bellezza.

**Il tuo pezzo cult?** La *Frerea* (sopra): mi ricorda un porta-cannocchiale di fine '800 recuperato a Parigi a cui sono molto legato

**Dove ti vedi fra dieci anni?** Il mio sogno è sempre lo stesso: creare un brand affermato che rappresenti la mia visione estetica. Ma ho imparato a vivere godendomi il presente e dedicando tutte le mie energie a ciò che mi circonda, consapevole che sto gettando le basi per costruire il mio sogno a colori.

## Davide Grillo

**Come hai iniziato?** Ho fondato il brand che porta il mio nome nel 2016, dopo tanta gavetta, ma divertendomi molto. Forse non è il momento migliore per essere liberi e creativi: montagne di regole, lo stress delle vendite e della performance commerciale, la velocità a cui gira questo settore sempre più frenetico. Tutto ciò fa perdere un po' la poesia nel nostro meraviglioso mestiere, che rimane, a parer mio, un'arte applicata.

**Cosa ti rende unico?** Nessuno lo è. Ma mi hanno riconosciuto una leggerezza nell'uso del colore e delle arti grafiche. Non sono un gran designer di *shape*, forse più un decoratore seriale. Sicuramente ci si rivolge a me per uno *statement-look* da sera (possibilmente lungo).

**Il tuo pezzo cult?** Uno dei miei continuativi: sottoveste con spilline strette e schiena nuda, lunga gonna a ruota rigorosamente in chiffon. Questa stagione è rossa.

**Dove ti vedi fra dieci anni?** Vorrei aver creato un immaginario collettivo del mio mondo, fatto di una femminilità romantica, senza tempo e senza pretese. Ci sono tanti fattori in gioco, ma ci arriverò se avrò più autoconsapevolezza.





## Marianna Cimini

**Come hai iniziato?** Terminati gli studi, ho partecipato e vinto il concorso del CNA (Confederazione Nazionale dell'Artigianato) e ho iniziato la mia carriera negli uffici stile di grandi brand come MaxMara, dove ho disegnato per diversi anni. Nel 2014 grazie al concorso *Who is on next?* ho sfilato per la prima volta a Roma. E lì c'è stata la vera svolta per il brand, che porta il mio nome non per manie di grandezza, ma perché mi è sembrata la scelta più semplice!

**Cosa ti rende unica?** Credo una certa leggerezza, forse perché sono originaria della Costiera Amalfitana, unita a una buona dose di coerenza e a un pizzico di autoironia. Studio sempre tutti i trend di stagione, ma li reinterpreto cercando di rimanere fedele a me stessa e al mio stile, che è elegantemente spetinato e disinvolto.

**Il tuo pezzo cult?** Amo molto lo *sporty dress in habotai* di seta stampata. Mi piace perché è un capo passepartout, sportivo ma femminile al tempo stesso. Il disegno, poi, è del nostro archivio.

**Dove ti vedi fra dieci anni?** I programmi a lungo termine non sono nella mia natura. Mi auguro di continuare a fare quello che amo fare, contando, come sempre, solo su me stessa.

I PROGRAMMI A  
LUNGO TERMINE  
NON SONO NELLA  
MIA NATURA.  
**MI AUGURO DI  
CONTINUARE A  
FARE QUELLO  
CHE AMO,  
CONTANDO,  
COME HO SEMPRE  
FATTO, SOLO SU  
ME STESSA**

Marianna Cimini



## Andrea Mondin

**Come hai iniziato?** Vincendo una borsa di studio per uno stage nell'ufficio stile di Roberto Cavalli a Firenze. Poi ho frequentato lo IED e ho fatto ulteriori esperienze negli uffici stile: da D&G a Versus Versace, a Christopher Kane. Nel 2017 ho vinto il premio accessori a *Who is on next?* con la mia prima collezione a/i di scarpe di lusso Andrea Mondin.

**Cosa ti rende unico?** L'uso meditato di materiali e lavorazioni non pertinenti al mondo della calzatura. Amo i tessuti d'arredamento, collaboro con costumisti e cappellai, realizzando un mix fra ornamenti utilizzati nel passato e tacchi o forme contemporanee.

**Il tuo pezzo cult?** Il modello *Joan*. Si ispira alla grande Joan Crawford e ai capi creati ad arte da Gilbert Adrian. Il risultato è un cappello che, a dire il vero, viene calzato (a destra).

**Dove ti vedi fra dieci anni?** Lavorerò nella moda, ma siccome mi piace sperimentare farò anche altro, come cinema e teatro.



# GIOIA!

GIOIA! *nuovi talenti/2*



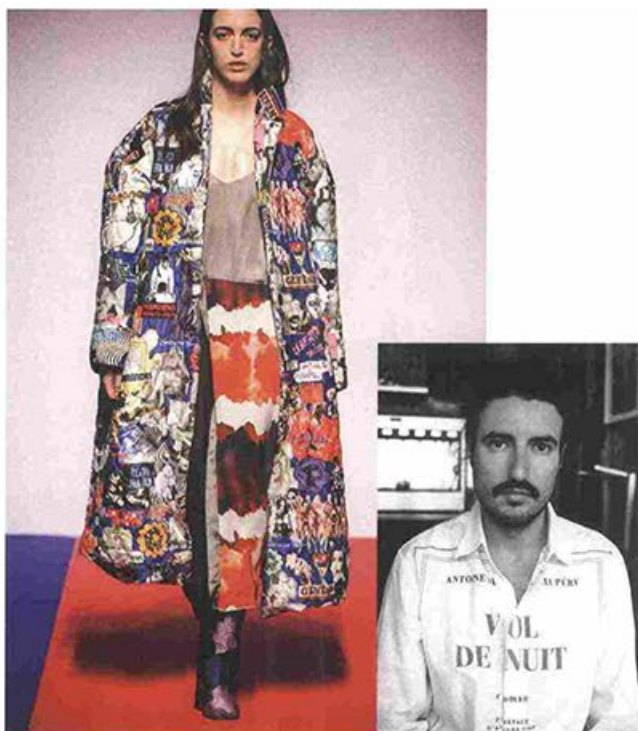
## Roberto Di Stefano

**Come hai iniziato?** Ho un background di studi artistico scientifici portati a termine a Zurigo. Mi sono avvicinato alla moda in modo naturale, mi ha sempre appassionato e fra tutti i percorsi creativi era quello che trovavo più intrigante. Ho scelto di esprimermi con gli accessori perché mi piace l'idea di creare oggetti, piccole opere d'arte, da portare con sé.

**Cosa ti rende unico?** L'anima del brand Roberto Di Stefano risiede nella libertà di pensiero. Analizzo ogni elemento e concept senza pregiudizi, rimettendolo poi insieme e dandogli un nuovo significato in un nuovo contesto. Questo fa sì che alla fine si crei un'estetica sorprendentemente diversa rispetto a quella di partenza.

**Il tuo pezzo cult?** Ogni mia collezione è una piccola allucinazione, un mio sogno. Forse il mio pezzo preferito questa stagione è la borsa con il titolo della collezione: *resist the things you can find everywhere*.

**Dove ti vedi fra dieci anni?** Farò per sempre questo lavoro perché è una delle cose che mi fanno stare meglio. Non so dove e con chi sarò, non ho un piano. Spero solo di essere felice.



## Marco Rambaldi

**Come hai iniziato?** Dopo essermi laureato allo IUAV di Venezia e aver fatto un paio di anni di gavetta ad alto livello, sono quasi due anni che lavoro sul progetto Marco Rambaldi.

**Cosa ti rende unico?** Domanda difficile. Forse la passione, che unita ad ambizione e testardaggine mi ha permesso di affrontare anche i problemi più delicati. Sto lavorando su un progetto al quale credo molto, che ha qualcosa da dire e che mira a rappresentare la realtà e la società attraverso la una visione unica e originale.

**Il tuo pezzo cult?** Potrei sceglierne due ai quali mi sento più legato: la maglia con Mina o Ornella Vanoni e il piumino maxi con stampa collage su velluto trapuntato a cuori (sopra).

**Dove ti vedi fra dieci anni?** A Bora Bora in riva al mare sorseggiando un *Moscow Mule* con gli amici più cari. A parte gli scherzi: al lavoro col mio team sul brand che per allora sarà solido, riconoscibile e identitario.

MI SONO AVVICINATO  
ALLA MODA  
IN MODO NATURALE,  
MI HA SEMPRE APPASSIONATO  
E FRA TUTTI I PERCORSI  
CREATIVI ERA QUELLO  
CHE TROVAVO PIÙ INTRIGANTE  
Roberto Di Stefano