CHAPEAU AL COMMANDEUR FRANCO COLOGNI!



Franco Cologni

Franco Cologni, fondatore e presidente della **Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte**, è stato insignito dal Ministro della Cultura francese Frédéric Mitterrand del prestigioso titolo di "Commandeur dans l'ordre des Arts et des Lettres", una delle massime onorificenze con cuila Franciaonora i più importanti protagonisti dell'arte e della letteratura, nonché coloro che hanno contribuito in modo significativo alla diffusione della cultura nel mondo. La promozione attribuita a Franco Cologni riconosce i meriti di un grande imprenditore che ha saputo coniugare perfettamente cultura e lusso: lasciata l'attività accademica presso l'Università Cattolica e salito ai vertici di Cartier e del gruppo Richemont, Franco Cologni ha continuato a firmare numerose pubblicazioni giornalistiche ed editoriali, relative soprattutto alla storia del teatro, al lusso, alle arti applicate, all'orologeria, alla gioielleria e all'artigianato artistico d'eccellenza. Ideatore e direttore egli stesso di autorevoli riviste, ha istituito nel 1995 la Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte (Milano), nel 2002 la Creative Academy(scuola di design e creative management del gruppo Richemont a Milano) e nel 2005 la Fondation de la Haute Horlogerie(Ginevra), al fine di salvaguardare e promuovere un patrimonio culturale d'eccellenza. Franco Cologni ha così commentato la recente carica: "Italia e Francia condividono un

grande patrimonio fatto di mestieri d'arte e altissimo artigianato: attività alle quali dedico ora gran parte del mio tempo. Attività che meritano rispetto e attenzione, sostegno e interesse, e che possono rappresentare una risorsa non solo culturale, ma anche economica e sociale per i nostri Paesi". Per il suo impegno in Italia Cologni è stato nominato Cavaliere del Lavoro nel 2002.

——BRUTTO AFFARE OLTRALPE

Che la scalata di LVMH a Hermès fosse stata mal digerita dagli eredi della maison di Faubourg St. Honoré era chiaro fin dall'inizio. Ora è deflagrata la querelle vera e propria a colpi di cause legali. Dopo che Hermès, in Luglio, aveva fatto causa contro l'azionista LVMH per le modalità con le quali è avvenuto l'ingresso nel capitale del gruppo, a inizio Settembre il numero uno del lusso mondiale guidato da **Bernard Arnault** ha reagito annunciando a sua volta un'azione legale per "ricatto, denuncia calunniatoria e concorrenza illecita". Come recita un comunicato, "LVMH riconferma con forza che le condizioni della sua entrata nel capitale di Hermès sono state perfettamente regolari" e qualifica come "gravi e destituite da ogni fondamento" le accuse mossegli per "insider trading e manipolazione dei mercati borsistici". Il gruppo di Arnault è entrato nel capitale di Hermès nell'Ottobre 2010, inizialmente con una quota pari al 17%, salita a fine Maggio 2012 al 22,28%. La società controllata dai discendenti del fondatore di Hermès detiene il 73% del capitale. Ora il caso passa alle aule del Tribunale di Parigi. Vale la pena di ricordare che qualche anno fa LVMH fu pure coinvolta in un'accesa disputa con l'italiana Gucci, di cui stava effettuando il take-over: ci vollero anni e decine di avvocati per uscirne. E intanto, passando ad un altro fronte

giudiziario, il Tribunale di New York ha dato ragione a Christian Louboutin nella “guerra” contro Yves Saint Laurent: il designer di scarpe d’alta gamma aveva richiesto la tutela delle sue tradizionali suole rosse, utilizzate anche nelle calzature di YSL; la cosa però potrebbe non finire qui in virtù di eventuali ricorsi. Fatti che accadono, si dirà, ma quanto sono incresciosi e quanto ne faremmo a meno, preferendo parlare di vera moda anziché di “calabroni” (Aristofane docet).

———————————————————————————————————————

LA MODA ITALIANA“ZARINA” A MOSCA

Locandina CPM 2012

Si è svolta con successo anche l’edizione **2012 di CPM,** l’appuntamento moscovita con la moda, che ha visto la presenza di 620 espositori. Molti i debutti quest’anno: da Absorba a Ba&sh, da Bain de Nuit a Brigitte Bardot, da Little Marcel a Red Soul. A crescere di più è stato lo spazio Kids (dedicato alla moda bambino) che ha guadagnato 800 mq di superficie ospitando per la prima volta marchi del gruppo CWF, con Boss, Timberland e Billie Blush. Comunque tra i protagonisti di questa 19ª tornata della rassegna è stata soprattutto l’Italia, grazie alla sezione **“Italian Fashion at CPM”**, che ha visto la partecipazione, su una superficie di oltre 13500 mq, di ben 337 brand italiani (contro i 240 dell’edizione 2011). E’ stato pienamente centrato l’obiettivo di presentare al mercato russo il meglio delle collezioni di abbigliamento e accessori uomo, donna e bambino per la primavera-estate 2013. Tra i nuovi spazi allestiti dagli organizzatori del Salone, particolarmente significativo

è stato quello dedicato alla lingerie e alla moda mare – CPM 'Body&Beach' – che ha accolto 80 marchi, di cui 42 italiani. CPM 'Fashion&Denim' ha presentato interessanti collezioni come Desigual, Diesel, Mavi, Pepe Jeans e Kaporal. Invece nello spazio 'Premium' hanno presenziato diverse griffe francesi, tra le quali Didier Parakian, Ba&sh, Max&Moi, Bleu Blanc Rouge. Inoltre è stato previsto, all'interno della sezione 'Kids' (in cui erano presenti 81 top brand italiani), uno speciale podio per le sfilate, dove ancora le aziende italiane si sono distinte per classe. Infine qualche dato sull'export di moda italiana versola Russia, a conferma dell'importanza di questo grande mercato: nei primi cinque mesi del 2012 sono stati esportati prodotti d'abbigliamento (esclusa la maglieria) per 324 milioni di euro, con un incremento di oltre il 7% rispetto allo stesso periodo del 2011, mentre l'export degli indumenti in maglia, che ha raggiunto nei primi cinque mesi del 2012 la quota di 129 milioni di euro, ha visto un incremento del 27% circa rispetto allo stesso periodo 2011. Una considerazione analoga va fatta per le calzature, che nel periodo gennaio/maggio 2012 hanno registrato un +14% rispetto allo stesso periodo 2011, e per le borse con un +22%.

———

LE FIERE DI SUPER-MARIO

Mario Boselli

Il Presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana **Mario Boselli** ha preso carta e penna e scritto ai tre principali enti organizzatori di fiere in Italia: Pitti, White e Fiera Milano. Il motivo è presto detto: "Come sfilate, l'Italia è a posto. Abbiamo definito i

calendari fino al 2014. Quello che non funziona invece sono le fiere, in particolare l'offerta milanese, disarticolata, con 5 manifestazioni piccole o medie che hanno nomi poco comprensibili". In effetti, durante le fashion week dedicate alla donna, Milano ospita varie manifestazioni, tra cui il salone di ricerca White e il tris di eventi allestiti da Pitti Immagine (Touch!, NeoZone e Cloudnine), oltre a MI Milano Prêt-à-Porter. "Bisogna fare ordine, lasciando l'uomo e il bimbo a Firenze, mentre le fiere dedicate alla donna dovrebbero tenersi solo a Milano, ridisegnandone il perimetro e cambiando le loro date" ha spiegato Boselli, aggiungendo: "Bisogna sapere che durante le sfilate, i tre quarti delle vendite sono già avvenute. Le campagne vendite dei marchi si svolgono tra metà giugno e metà luglio e sarebbe quindi più logico anticipare le fiere della moda donna durante la fashion week maschile di giugno". La conclusione del Presidente della Camera della Moda è: "Sono due anni che cerco di promuovere questo cambiamento. La scelta di Parigi di anticipare la fiera Who's Next Prêt-à-porter Paris all'inizio di luglio rafforza la mia posizione". La reazione alle lettere di Boselli? Massimiliano Bizzi, patron di White, ha commentato: "L'idea non è sbagliata. Fare crescere le collezioni donna a giugno è giusto, come abbiamo fatto introducendo pre-collezioni femminili presso White Uomo a giugno. Ma la parte tendenza e accessori deve rimanere durante le sfilate della donna".

———

Archivi Grès. Schizzi pe 1956. Collezione Galliera.

La stilista parigina **Madame Grès (**1903-1993) era una "maga del drappeggio", tecnica che praticava con le sole mani, senza ago, né filo, né forbici. I suoi meravigliosi abiti a peplo evocavano le sculture elleniche e lei stessa amava affermare che "lavorare il tessuto o la pietra è la stessa cosa". A questa grande couturière

sta dedicando una grande mostra il Museo della Moda di Anversa (fino al 10 Febbraio 2013), intitolata **“Madame Grès: Mode sculturale”**, che ne illustra cinquant’anni di carriera. Le sue cappe asimmetriche, i suoi capi leggeri ed ariosi, i suoi abiti da sera a intreccio, a chiocciola, a pieghettature concentriche, hanno influenzato innumerevoli stilisti nel tempo, a cominciare da Givenchy e Saint-Laurent, per proseguire poi con la nostra Alberta Ferretti, Azzedine Alaïa, Yohji Yamamoto, Alber Elbaz. Assieme a Madeleine Vionnet e Coco Chanel, Madame Grès (il cui vero nome era Germaine Krebs) ha rappresentato la quint’essenza della raffinatezza francese. Donna dal forte temperamento, aprì il suo primo atelier nel1933 insocietà con Julie Barton e nel1941, inpiena seconda guerra mondiale, ebbe il coraggio di fondare una sua propria maison. Aveva la vista lunga, a quanto pare, oltre ad un formidabile talento. Alla super-mostra fiamminga è possibile ammirare anche le foto personali di Madame Grès (ritratti originali di Cecil Beaton e Guy Bourdin), che la raffigurano con l’immancabile turbante color tortora.