

Campagna pubblicitaria ETRO A/I 2003

C’è tutta la passione per il decorativismo, e poi l’ossessione per la sartorialità, il gusto per i tessuti stampati a disegni originali e in particolare per l’iconico motivo **paisley** desunto da antiche stoffe del Kashmir, nel volume **“Etro”**, la prima monografia dell’omonimo celebre brand, recentemente pubblicata da Rizzoli, a cura di **Renata Molho**, che ripercorre la mirabolante avventura culturale, creativa e imprenditoriale della maison dalle origini nel 1968 ad oggi.

Già la copertina è una “promessa di felicità”: su uno sfondo verde pastello vi compaiono, assisi in un elegante salotto, fantastici personaggi con volti di cerbiatti, conigli, uccelli, e corpi umani elegantemente vestiti dei capi e dei colori innovativi del marchio, in un gioco di sottili rimandi tra immagini e parole, pensieri e azioni, che evocano l’anima della maison fondata da **Gimmo Etro**. Affiora un mondo senza tempo, fatto di collezionismo colto, desiderio di armonia, cose belle e preziose, ma allo stesso tempo lineari e pure nella loro raffinatezza.

Genio, estro, competenza sono ingredienti fondamentali della magica formula che ha garantito l’affermazione dell’azienda milanese. Nel libro, in effetti, rivive appieno l’atmosfera aristocratica che caratterizza lo stile di Etro, con il suo nobile equilibrio tra classico ed esotico, declinato nei temi della Natura, dell’Arte, del Gioco, del Viaggio, del Colore, della New Tradition e del Paisley, il famoso tessuto jacquard che, trattato con una speciale tecnica di spalmatura, è diventato il trademark, ovvero la cifra identitaria della casa di moda.

E sono propri questi 7 elementi i protagonisti degli altrettanti capitoli in cui è suddiviso il

volume, in un apparente mix casuale, che in realtà risponde alla scelta di narrare il linguaggio speciale di Etro non in senso cronologico, ma seguendo un percorso geografico sull'onda dell'immaginazione, con spirito poetico e filosofico.

Ci introduce in ognuna delle 7 metaforiche stanze un membro della stessa famiglia Etro, che conversa con un amico esperto di quell'argomento specifico: di Natura insieme a Carlo Petrini che vede in essa un bene da tramandare, di Arte attraverso l'ironico e poetico linguaggio di Liu Bolin, di Viaggio con Robert Penn che ne ha fatto uno stile di vita, di Gioco con l'artista Katsumi Komagata, appassionato di libri per l'infanzia, di Colore con Leatrice Eiseman che ha dedicato al tema profonde riflessioni, di New Tradition con gli artisti indiani Jiten Thukral e Sumir Tagra che hanno rielaborato il motivo della foglia dell'albero della vita, del leggendario Paisley infine con la studiosa del Cachemire Monique Lévi-Strauss.

La giornalista e saggista Renata Molho, che ha degnamente compilato il volume dall'alto della sua perizia di critica del costume e della moda (ha collaborato con "Il Sole-24 Ore, le testate del Gruppo Condé Nast e Mondadori, è autrice della prima e unica biografia di King George "Essere Armani" edita nel 2006, e della monografia "21 Costume National" uscita nel 2007), ha dichiarato che raccontare la storia di Etro è "*un'avventura che coinvolge idee, immagini, parole. Significa entrare in una dimensione parallela, dominata da una logica che è del tutto originale, che rifugge il conformismo. Se dovessi scegliere solo due parole per descrivere Etro, quelle parole sarebbero "autonomia" e "cultura". E se dovessi immaginare un ambiente nel quale inserire questi due concetti, sarebbe quella di una festa*".



Campagna pubblicitaria ETRO P/E 2003

Diversificata in vari settori (dall'abbigliamento agli accessori, dall'arredamento alla pelletteria ed ai profumi), la maison Etro tutt'oggi lega il proprio successo all'utilizzo sapiente delle

tecniche di stampa, alla ricerca sui materiali, alla modernità dei tagli e all'artigianalità che permettono di ottenere una produzione distintiva.

Azienda familiare per antonomasia, si identifica innanzitutto con Gimmo (il fondatore) che la amministra di concerto con i quattro figli: Jacopo che si dedica ai tessuti, alle collezioni della casa e della pelletteria, Ippolito che ricopre il ruolo di direttore generale, Kean a cui competono le collezioni uomo e Veronica che si occupa invece delle collezioni donna.

E a proposito di quest'ultima, concludiamo con un cenno allo spirito bohemienne che connota la P/E 2015 di Etro, concepita intorno ad una donna indipendente e viaggiatrice, gipsy-chic e nostalgica dello stile anni '70, costellato di cinture crochet e bisacce frangiate, sandali chiusi da lacci alla caviglia e stivali alti di suede decorati da frange. I capi forti del guardaroba "leggero" sono: sahariane artistiche, abiti fluidi, giacche etniche e poncho, capispalla di camoscio, boleri variopinti e gilet da india, accompagnati da amuleti e gioielli con tanto di piume.

Quindi… sempre sull'onda dell'originalità con Etro, lungo un itinerario immaginifico, più intellettuale che geografico, all'insegna della bellezza e della qualità vera.