

The Souper Dress

La *Fondazione Andy Warhol* ci ha abituato da anni a collaborazioni che reinterpretano il patrimonio creativo di uno dei maggiori esponenti della Pop Art, introducendo all’interno di collezioni proposte da vari brand, immagini e simboli della cultura di massa americana. La moda ha metabolizzato soggetti e tecniche tratte dall’opera dell’artista che professava il *“consumo”* in stile prodotto e la *“democratizzazione”* dell’arte, portando nei musei oggetti di uso comune *“rubati”* dagli scaffali dei supermercati ed elevando a linguaggio artistico le logiche pubblicitarie, attraverso la riproduzione seriale dell’immagine delle star e spingendosi fino alla rielaborazione di opere fondamentali, vedi l’*“Ultima Cena”* di Leonardo Da Vinci o capolavori di Piero della Francesca e Paolo Uccello.

Il dialogo fra Andy Warhol e la moda è evidente a partire dalla biografia dell’artista e si traduce in una gamma di input estetici, dal carattere prepotentemente simbolico e dissacrante. Un esempio su tutti è *“The Souper Dress”* che realizza una fusione essenziale fra moda, arte e logica industriale. Il titolo definisce un abito in carta, cellulosa e cotone (in piccola percentuale), prodotto con finalità pubblicitarie dalla *Campbell’s Soup* negli anni ’60, ispirato dal lavoro di Warhol, con etichette della celebre zuppa stampate in serigrafia e ripetute in sequenza. Esemplari degli abiti *“S(o)uper”* sono esposti presso il *Metropolitan Museum of Art* di New York e in diversi musei del mondo; l’abito pubblicitario frutto della poetica commerciale di Warhol, rappresenta ovviamente, un indiscusso oggetto del desiderio sia per appassionati di moda vintage che per collezionisti privati amanti dell’arte.

Warhol ha iniziato la sua carriera lavorando come illustratore, nei primi anni ’50 è stato disegnatore e pubblicitario per “*Vogue”, “Glamour*” e “*Harper’s Bazaar*”*,* ha ideato scarpe dalla linea sottile e in stile New Look (i bozzetti delle sue calzature furono utilizzati per decorare un modello di Iceberg negli anni ’90). Ha fondato nel 1969 la rivista *“Interview”,* inizialmente strumento di riflessione sul cinema, che ha poi ampliato il proprio raggio d’azione includendo argomenti di moda, arte e cultura. Ha immortalato e ritratto protagonisti del fashion come Valentino Garavani, Giorgio Armani e Yves Saint Laurent. Le sue citazioni e ripetizioni di immagini sono state nel tempo ripetutamente citate: impossibile non ricordare, l’abito di Gianni Versace del 1991, con il volto di Marilyn serializzato.

Collezione Pepe Jeans London e Andy Worhol

Intorno alla “*Factory*”, spazio collettivo per giovani artisti fondato da Wahrol negli anni ’60 a New York, orbitavano uomini e donne che hanno ridefinito le regole dello stile, come André Leon Talley**,** storico braccio destro della direttrice di Vogue America Anne Wintour**.** Un omaggio alla *“Factory”* è apparso esattamente un anno fa, sul numero di maggio del magazine *“Madame Figaro”.* La cover story *“firmata”* Karl Lagerfeld ritraeva Vanessa Paradis che, immersa in un clima ispirato al glamour dell’epoca, impersonava Edie Sedgwick**,** modella iconica e attrice, a sua volta interprete di diverse pellicole dirette o prodotte da Warhol.

Andy Warhol ha rappresentato meglio di chiunque altro, il sistema complesso e un nuovo equilibrio culturale, la con-fusione dei ruoli che ridefinisce in modo fluido e interattivo il concetto di arte, moda e industria contemporanea. In un gioco di trasversalità eclatante,

perfettamente in linea con il movimento Pop, si inquadrano le Converse All Star che attingono impressioni dall’universo creativo di Warhol, così come, la collezione esclusiva di champagne Dom Pérignon con etichette in sei colori, lanciata nel 2010 ed ispirata alla trama di giochi cromatici dell’artista.



Collezione Pepe Jeans London e Andy Warhol

L’ultimo tributo dedicato da un marchio di moda all’artista, in ordine temporale, è la collezione realizzata in collaborazione con la Fondazione Andy Warhol da Pepe Jeans London per la Primavera/Estate 2011, composta da abiti ed accessori maschili e femminili. Già per la P/E 2010 il brand aveva creato una capsule collection di maglie con stampe ispirate ai Velvet Underground, Nico e Edie Sedgwick, riprendendo i celebri ritratti di Marilyn, “*Portrait & Flowers*” e l’intramontabile confezione della zuppa Campbell. Per questa stagione, il marchio inglese propone per lei, capi underground dalle silhouette contemporanee, con soggetti ispirati a diversi periodi della produzione artistica di Warhol: dai lavori realizzati come illustratore commerciale con gatti, farfalle e dolci riconducibili alla fase pre-Pop, fino all’uso di manifesti di film e foto di scena (da “*Chelsea girls*” o “*Women in Revolt*”), passando attraverso il valore iconografico del dollaro e i ritratti, giocando con una palette cromatica che spazia fra toni di blu, rosso, nero, argento e verde militare. Le cinte, le sciarpe leggere e le borse a tracolla military style pensate per lui, sono invece caratterizzate da stampe serigrafiche in

bianco e nero, in stile pellicola retrò.