

giugno 2017

# ELLE

ITALIA

## IN COPERTINA

- 101 **Poteri forti** Imparare a negoziare
- 107 **Coppia** Donne che amano guardare
- 115 **Prima persona** "Mio figlio si veste di rosa"
- 118 **Oceani** Le campagne degli ecovip
- 135 **Speciale** Costumi rétro, camicie a righe e piccoli pull
- 174 **Tendenze** Athleisure, sport per tutti
- 183 **Moda** Stile riviera
- 206 **Sole** Arrivano i sun coach
- 237 **Lifestyle** Bistrot in fiore

Moda e accessori  
stile riviera  
PAG. 183

## VISTO DA ELLE

- 49 **Stili e idee** Scelti per voi dalla redazione

## AGENDA

- 67 **Cultura e spettacoli**  
Il meglio in anteprima

## ATTUALITÀ

- 76 **La principessa Sofia**  
Intervista con la regista Sofia Coppola
- 83 **Pelle Nera** La tatuatrice Kat Von D ci racconta la sua nuova linea di makeup
- 87 **Una giornata con...** Arianna Martini, presidentessa di Support Syrian Children
- 90 **Il cuore di Milano** Le donne e la Rinascenza a 100 anni da quando Gabriele D'Annunzio ne conì il nome
- 97 **La versione di Paul**  
A tu per tu con Paul Andrew, nuovo design director delle scarpe Salvatore Ferragamo
- 101 **Fa' la cosa giusta**  
Astuzie rivelate da esperti negoziatori internazionali
- 107 **Lo sguardo addosso**  
Donne e voyeurismo
- 111 **L'ultima dea dell'amore**  
Rina De Liguoro, pianista e diva del muto

Rigati a più non posso per costumi, blouson e camicie  
PAG. 146

Paul Andrew  
e le scarpe  
Ferragamo  
PAG. 97



c o s t u m e

## «Il design empatico»

Livia Peraldo,  
direttrice di Elle Decor Italia

“ Nel corso degli anni *Elle Decor* ha costruito una bella partnership con la *Rinasciente* grazie anche alla loro sensibilità nei confronti del design: dal Premio Compasso D'Oro a Vittorio Radice (vice presidente dal 2012, ndr) al Design Supermarket, che ha cambiato il rapporto tra prodotto e consumatore.



Livia Peraldo in un ritratto di Giovanni Gastel.

emozionante: la mattina alle 6 sono sempre lì a vedere la chiusura dell'allestimento per poi osservare l'impatto sui passanti! Tra le mie preferite ci sono quelle realizzate

nell'ambito di *Be Original*, iniziativa a difesa del design

d'autore: se la prima volta abbiamo ricostruito un intero appartamento (incluso garage e cantina), la seconda abbiamo dedicato ogni vetrata a uno tra i pezzi di design più copiati. Ora invece stiamo studiando delle vetrine dedicate a questa fantastica ricorrenza: 100 oggetti iconici per i 100 anni della *Rinasciente*, visibili dal 6 giugno. ♡



Allestire le loro vetrine è magnifico, magico, molto

Una vetrina di Elisa Ossino Studio allestita da *Elle Decor Italia* nel 2015, in uno scatto di Andrea Garuti.

## «Lunga vita alla creatività»

Lora Lamm, grafica responsabile della pubblicità *la Rinasciente* dal 1954 al 1958

“ La mia storia con la *Rinasciente* inizia con un grafico, Roberto Maderna, chiamato per il servizio militare: mancava così una persona che potesse fare *Cronache la Rinasciente - UPIIM*, una rivista mensile distribuita nei grandi magazzini. Max Huber

(l'ideatore nel 1950 di marchio e logotipo della *Rinasciente*, ndr), mi chiamò a sostituirlo e rimasi anche quando Roberto rientrò. Era un periodo fertile, perché si voleva dare una forte impronta femminile alla comunicazione. Eravamo un pool creativo di designer, architetti, stilisti, compratori: ognuno dava il proprio contributo e io avevo il compito di rendere viva l'idea, di "manifestarla" (nel senso di renderla un manifesto!). Adesso? Vorrei ricominciare a disegnare: non più con gli acquerelli, ma con il computer. ♡

Lora Lamm in uno scatto di Guido Santinelli.



Il Duomo di Milano si riflette sulla facciata della *Rinasciente* in uno scatto del Touring Club Italiano. La mostra "IR100. *Rinasciente. Stories of Innovation*" è al Palazzo Reale di Milano dal 24 maggio al 24 settembre.

In alto, a destra. La *Rinasciente* presenta le nuove collezioni donna e uomo, Catalogo, Archivio La *Rinasciente* - Comunicazione.



Cent'anni de *la Rinasciente*, o meglio da quando Gabriele D'Annunzio ne coniò il nome. Un secolo di storia, celebrato con la mostra *IR 100. Rinasciente. Stories of Innovation*. E festeggiato da *Elle* con i ricordi di donne speciali. Milanesi di nascita e d'adozione

di MICAELA R. TENACE

# Il cuore di Milano

## «Esplorare, stando fermi»

Natalia Aspesi,  
giornalista e autrice

“Me li ricordo quegli anni belli, quando si cominciò ad andare alla Rinascente non solo per comprare, ma per stupirsi, sapere, scoprire, addirittura viaggiare, almeno con la fantasia. Non si viaggiava molto in quegli anni '60, ancora il mondo era un misterioso scrigno da sognare, da immaginare. E alla Rinascente arrivava l'esotico, l'allora misterioso Oriente, l'India, gli Indios, il Giappone, il Messico, l'agognata New York, appunto il mondo: alla portata di mano, con i suoi profumi e i suoi oggetti, i suoi tessuti, le sue antichità, il suo abbigliamento tradizionale o nuovo, dai sari ai kimoni, alle magliette col Che Guevara. Arrivava il nuovo, il creativo, l'ardito, la rivelazione, la cultura, l'entusiasmo, l'avanguardia: arrivava il meglio del meglio, i grandi architetti, i grandi designer, gli artisti, i grafici, i fotografi, gli stilisti, un vento ardito e visionario di rinnovamento,

non solo merceologico ma sociale, ideologico, di immagine, che accompagnava e spesso precedeva i mutamenti del vivere, dell'arte, del pensiero. Arrivavano Tomás Maldonado e Jean Serge Libiszewski, Amneris Latis e Salvatore Gregorietti, Roberto Sambonet e Gian Carlo Ortelli, Gianni Bordoli, Max Huber, Bruno Munari: anche il vecchio Gio Ponti, anche il giovane Giorgio Armani che allora era un gran bel ragazzo elegante, timido e sconosciuto, addetto agli acquisti di abbigliamento maschile, e destinato ad apparire, nei primi anni Ottanta, sulla copertina del settimanale americano *Time*, come il massimo protagonista del molto fortunato prêt-à-porter italiano. (Brano tratto da *IR 100 - Rinascente, Stories of Innovation*, a cura di Sandrina Bandera e Maria Canella, edito da Skira).”



Natalia Aspesi.

A destra, cover di la Rinascente, periodico di pubblicità, Archivio Amneris Latis (Album Cataloghi), con una scelta di capi di Annie Rivemale e Claude Brouet, direttrice e condirettrice moda di Elle Francia.



A destra. Le Collezioni Rinascente, uno stile per ogni donna. Collezioni donna 1995-1996, Catalogo, Archivio La Rinascente - Comunicazione.

## «Questione di coraggio»

Rosita Missoni,  
direttore creativo Missoni Home

“La verità è che io conoscevo un po' tutti a la Rinascente - la storica buyer Alma Filippini, ma anche Louis Hidalgo, capo dell'ufficio stile moda - ben prima che io e mio marito fondassimo la Missoni, grazie all'impresa tessile



Rosita Missoni e, a destra, uno schizzo di Brunetta per la collezione Milano Sympathy del 1958.



milanese: "Poeur tousann, per fortuna che g'han bendaa i oeucc... se se vedevann..." (Poverette, per fortuna le hanno

bendate, se si vedessero!). Fu un debutto poco incoraggiante, ma la verità è che furono venduti tutti in un lampo. Inoltre - barando un po' - accanto al marchio "Jolly" che producevamo per loro, avevamo inserito una micro etichetta a nome "Missoni"! Anna Piaggi e il suo braccio destro Anna Riva riuscirono non so come a scovarci, e da lì iniziò la nostra storia. La Rinascente non era solo un grande magazzino, era un posto da tener d'occhio per trovare cose esotiche e bellissime, accattivanti.”

## «Profumo di donna»

Caroline Corbetta,  
curatrice d'arte contemporanea



Caroline Corbetta, ora curatrice della personale del giovane pittore Thomas Braidà, aperta fino al 5 giugno a Palazzo Nani Bernardo alla Biennale di Venezia.

“Da quando ero una bambina, la Rinascente per me è sempre stata prima di tutto un profumo. Un'essenza inconfondibile e indefinibile, fatta del mischiarsi e ricombinarsi di fragranze; un'onda calda e avvolgente che - ancora oggi - ti accoglie appena entri e ti segue quando visiti gli

altri piani; talvolta, persino quando sei già fuori l'accorgi di essere ancora avvolta da quell'alone sensuale. La quintessenza del lusso incarnato da quell'edificio centralissimo, meta di milanesissimi pomeriggi con mia madre. Quand'ero piccola, dentro la Rinascente sognavo d'essere già grande e di poter provare tutto, di essere fatale come una donna di D'Annunzio che fu ingaggiato per ideare il nome di quel tempio raffinato e accessibile.”

c o s t u m e

## «Tutta casa e lavoro»

Lorenza Luti,  
direttore marketing e retail di Kartell

« La Rinascente ha sempre avuto un forte impatto emotivo nella mia vita privata e professionale. Innanzitutto per il valore che ha sempre dato al design: dal Premio Compasso D'Oro - il più antico e autorevole premio mondiale di design del

Lorenza Luti in  
una foto di Tommaso  
Gesuato.



mondo - agli spazi espositivi nei quali l'azienda di famiglia ha avuto modo di rendersi visibile; ricordo anni fa per esempio una bellissima mostra di Kartell con Giò Colombo. Ora penso che sia nel massimo del suo splendore, come tutta Milano del resto, e il premio come Best department store in the world vinto nel 2016 credo che ne sia una conferma. L'emozione di pranzare a un palmo dalle guglie, il piano dedicato alla moda bimbi per noi mamme, sono ancora una certezza. E poi la luce magica che s'intravede dal portico verso Piazza del Duomo, al crocevia con il cinema Odeon, sono stati il corollario di pomeriggi meneghini indimenticabili. »

L'estate 1955 consiglia, Catalogo  
Archivio Latis.



Ritratto  
di Lina Sotis.



## «Un viaggio nel viaggio»

Osanna Visconti di Modrone,  
designer

« Nell'epoca della mia vita da liceale romana ogni tanto con le mie compagne di classe organizzavamo una spedizione: saltavamo sul treno per andare alla Rinascente di Milano. Ci sembrava l'avventura più eccitante del mondo! Quando si entrava, i ritmi della capitale improvvisamente ci sembravano lenti e pigri; la nostra abitudine di andare per boutique o nelle sartorie romane diventava obsoleta e noiosa. Tutto era veloce, avanti ed elegante, le persone sembrano muoversi con maggiore efficienza e



Ritratto firmato  
Giovanni Gastel.

decisione. C'era tutto quello che cercavi e anche quello che non avresti mai immaginato di trovare: lì dentro improvvisamente ti sentivi parte di una città euforica, all'avanguardia, la Milano della grande industria, dell'editoria, della moda, del design e la Rinascente era la sintesi perfetta di tutto questo. Quando tornavamo indietro ci mostravamo a vicenda i nostri acquisti, ma la cosa che aveva veramente importanza era che quel pomeriggio ci eravamo impossessate di un pezzetto di questa meravigliosa città e della sua energia. »

## «Monsieur la Rinascente»

Lina Sotis, giornalista e presidente  
dell'Associazione Quartieri Tranquilli

« Per me la Rinascente è un signore, raffinato, snob, che negli anni '60 dirigeva il reparto più elegante del palazzo: lo spazio dedicato alla moda. Non tutto un piano naturalmente, solo pochi metri quadrati, per le più esigenti che non volevano privarsi del brivido del grande magazzino, ma prediligevano l'atmosfera haute couture. Non riesco a ricordarmi il nome, allora non ci si dava del tu e lo citavo come il signor "X" con le nuove conoscenti milanesi; tutte sapevano chi fosse, era una notorietà. La società femminile degli anni del boom ne andava pazza: vendeva belle cose, con piglio elegante,

a prezzi buoni. Insomma a tutte sembrava di fare un affare e di essere moderne e democratiche. Veramente un bel brivido per le "sciure" milanesi. Ero appena arrivata da Roma, giovane sposa di un giovinotto del luogo. Mi stavo abituando agli usi e costumi della mia nuova società e per quel piccolo gruppo la Rinascente era quel volto, quel nome, quel modo di fare attento, cortese, distante, confidenziale. Del genere: "Lei è diversa da tutte". In ogni modo per me la Rinascente è lui e mi piacerebbe tanto che qualcuno mi ricordasse il suo nome. In tanti interrogativi una sola certezza: la Rinascente in quegli anni era un magazzino molto stilé. Non a caso il vetrinista si chiamava Giorgio Armani. »

c o s t u m e



Una pagina di Cronache la Rinascente - UPIIM del 1971.

## «Estetica e comunicazione»

Donata Sartorio,  
giornalista e autrice di moda e costume

« Da giovane per me era il luogo delle meraviglie. Ricordo un'adorabile ragazza, bellissima, colta, elegante, che ha rappresentato l'essenza della Rinascente: Adriana Botti Monti (art director ufficio pubblicità dal 1962, ndr). Ciò che lei suggeriva era sempre qualcosa che valeva la pena recuperare nel negozio. Ricordo poi Salvatore Gregoriotti, bello e "avanti", divenuto uno dei massimi esponenti della grafica

italiana. A metà '80 ho lavorato con fotografi come Oliviero Toscani e Serge Libis, entrambi legati alla scuola grafica di Zurigo, anche loro autori di scatti indimenticabili per la Rinascente. Ho ricordi molto estetici della costruzione di una comunicazione innovativa, che sono entrati nel mio Dna di ventenne. Tutte immagini positive, eleganti, all'avanguardia (non quella sciocca, quella concreta). Ancora oggi la Rinascente è un punto di riferimento non solo da guardare, grazie anche alle sue scelte coraggiose, intelligenti, fuori dagli schemi, che spesso vanno anche al di là della sola logica del consumo. Ci entro sempre volentieri, con gioia, perché è un posto di cui mi fido. »



Donata Sartorio.

## «Profumi e balocchi»

Cecilia Bringheli,  
designer di CB Made in Italy



Cecilia in uno scatto del fratello Lorenzo Bringheli.

« Essendo nata e cresciuta a Milano, la Rinascente - con il suo palazzo imponente e le vetrine sfavillanti - è sempre stata parte del mio mondo... A lei sono legati tantissimi momenti della mia infanzia e dell'adolescenza. Mi ricordo il tour nell'affollato periodo pre-natalizio,

alla ricerca della giusta ispirazione per i regali da chiedere a Babbo Natale, o la visita con mia madre a settembre per comprare l'occorrente per il nuovo anno scolastico: diari, quaderni, matite. Poi, una volta cresciuta, la scoperta di profumi e creme al piano terra. Insomma, una moltitudine di ricordi, colori e immagini mi lega a questa icona della mia città, che amo e non smetterò mai di amare. »

Micaela R. Tenace

## «Questioni di famiglia»

Uberta Zambelletti, proprietaria del concept store Wait and See di Milano

« Nonostante sia di famiglia meneghina, sono nata a Londra e cresciuta a Madrid e la mia infanzia è ricca di storie legate a lontani parenti. Uno dei racconti che amavo di più era quello legato alla famiglia di mia madre; il suo prozio, il senatore Giuseppe Borletti, assieme al cognato e nonno di mia madre Umberto Brustio nel 1917 rilevarono i Grandi Magazzini Italiani, con l'intento di ampliarli e aumentarne le sedi, rivolgendosi a un pubblico più vasto seppur in un'ambientazione sofisticata. Mia nonna Linda era responsabile del

reparto Antiquariato e fu modella dei cartelloni disegnati da Marcello Dudovich: alcuni arredano tuttora casa di mia madre e degli zii. Nel 1918 i magazzini s'incendiarono per un cortocircuito; durante la ricostruzione fu interpellato Gabriele D'Annunzio per coniarne il nuovo nome: così diventò "la Rinascente". Nel 2005 fui chiamata a diventare il Direttore Creativo del reparto Donna. Mi rendo conto solo ora che - nel suo piccolo - il mio store ha una filosofia non lontana da quella dei miei avi. Così è la vita! »

Uberta Zambelletti

