

IL RITORNO

**Banana bag
contro
baguette**

TERESA SERRAO

BANANA contro baguette. Non è una sfida alimentare ma una battaglia a colpi di borsette. Lanciata negli anni Novanta da Gucci, il borsellino con la forma del frutto esotico, chiamata anche bumbag (marsupio o tascapane le traduzioni più accettabili), è tornata prepotentemente alla moda nelle strade delle capitali più in. E c'è da giurare che presto soppianderà l'altra piccola tra le borse, la baguette appunto.



In realtà c'era da aspettarselo vista l'origine lontana della borsetta dalla lunga cintura che risale addirittura al 1400 quando veniva chiamata "chataleine" e pendeva come un monile. Quella attuale risale agli anni Sessanta, inventata da un'australiana, Melba Stone. Accessorio unisex, è declinato in moltissime varianti di tessuto e di colore. La utilizzano i marchi sportivi, essenziale per tenere le proprie cose mentre si

cammina o si corre. Ma nessun brand sembra poterne fare a meno. E tantomeno i ragazzi alla moda. Compresa Carrie in *Sex and the city*. Dentro c'è il piccolo mondo necessario per ciascuna esigenza: dal rossetto al denaro. Le attuali varianti in passerella mostrano la mini bag attaccata come una cinta, messa intorno al torace a mo' di pistola o anche sulla pelle lasciata nuda dal top con una vena di malizia.

GIORGIO ARMANI



AERIE



SWIMSUITS FOR ALL
by Ashley Graham



YAMAMAY

dedicate (la top Ashley Graham su questo sta costruendo un impero), e poi è arrivato l'allargamento del concetto a tutte le taglie a prescindere dalle dimensioni, con la diffusione a macchia d'olio della filosofia della "body positivity", vale a dire del "siete belle così come siete". A volerla guardare con un pizzico di cinismo non è altro che l'ennesima trovata commerciale. Nessun dubbio in proposito, ma comunque ben venga: stavolta è davvero una buona idea.



MAX MARA



ROBYN LAWLEY SWIM

**La Rinascente
cent'anni
dishopping**

SILVIA LUPERINI

CI VOLEVA UN POETA come Gabriele D'Annunzio per battezzare il primo grande magazzino italiano: la Rinascente. Creata nel 1865 dai fratelli Ferdinando e Luigi Bocconi, è risorta più volte nel suo secolo e mezzo di vita: da un incendio, dai bombardamenti, dalle crisi economiche, dai passaggi di proprietà. Ora la mostra *Rinascente: stories of innovation* al palazzo Reale di Milano dal 23 maggio, festeggia i 100 anni dall'invenzione di quel termine letterario. È di quell'idea imprenditoriale (ispirata al "bon marché" francese) destinata a cambiare il commercio moltiplicando i desideri della media e dell'alta borghesia. Le merci, esibite con il loro cartellino a prezzo fisso, non sono più riposte nelle scatole ma esposte su scaffali per essere guardate, toccate, provate in spazi flessibili e luminosi. Un palcoscenico spettacolare che segna l'inizio della società dei consumi e dello store come intrattenimento.

Capace di suscitare stupore e superlativi meravigliati, la Rinascente guidata dal binomio Borletti-Brustio è stata un esempio di conduzione illuminata. «Chiamò a collaborare designer, art director, grafici, fotografi inventando un modo nuovo di comunicare», spiega Maria Canella, docente di Storia della moda alla Statale di Milano. Ne sono un esempio i manifesti in stile Liberty di Marcello Dudovich, il monogramma "1 R" progettato da Max Huber e, più tardi, le fotografie di Oliviero Toscani e di William Klein. Senza contare il talento, fra tanti, di Albe Steiner, Bruno Munari, Serge Libis, Italo Lupi e Ugo Mulas. «Oggi la fiera del bianco sembra una banalità - dice Canella - eppure quella trovata fu un trionfo». Come l'accensione della prima lampadina elettrica, le scale mobili, l'istituzione del premio il Compasso d'oro, gli hot pants, le minigonne e l'intimo sexy.

Se la tv ha contribuito ad alfabetizzare gli italiani, la Rinascente - scriveva Irene Brin nel '61 - ha permesso alle ragazze dei paesi che "scendevano in bicicletta fino alla città di vestirsi con garbo". Un buon gusto interpretato dalle commesse che diventano così un esempio "per le madri di famiglia". «La commessa non può dimenticare mai di truccarsi gli occhi e di mettere il rossetto - si legge nelle Cronache della Rinascente Upm del '68 - deluderebbe troppo chi è abituato a vedere in lei un certo modello femminile».

Nella lunga lista dei futuri famosi dello stile, transiti dagli uffici tra piazza del Duomo e Galleria, ci sono stati anche Ottavio e Rosta Missoni. Nel '58 misero in vetrina la loro collezione di abiti in maglia su manichini bendati tra i commenti di un passante: "Poveri tassano, per fortuna che g'hanno bendati i occhi... se se vedevono" (Poverette, per fortuna le hanno bendate... se si vedessero). E invece andò subito esaurita. A causa della Rinascente, Pierre Cardin, star in Francia, fu espulso dalla Camera nazionale e bollato come "socialista della moda". L'atto eversivo? Aver accettato di creare una linea accessibile per il megastore italiano. «Se non fossi passato il per caso, forse oggi la mia vita sarebbe diversa», racconta l'architetto Mario Bellini: «È stato un banco di prova importante in quegli anni in cui nasceva il mobile fatto in serie. I pilastri di quel mondo che si chiamava stan-

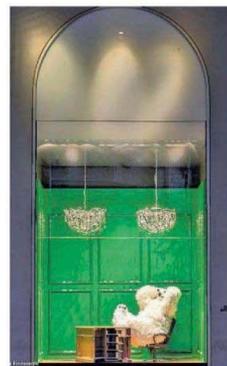


L'ALBUM
Dall'alto, in senso orario, "L'inverno consiglia", catalogo del '52 di Max Huber; manifesto "W" "Festive" del '65, di Salvatore Gregorietti e Serge Libis; una vetrina per il Salone del Mobile 2017; abito in maglia di lanamotta Ottavio e Rosta Missoni, "Milano Sympathy", del '58

dard, che oggi si definisce di design, e domani chissà...». Nel 2009, mobili e oggetti da Achille Castiglioni a Rem Koolhaas, sono lanciati nel primo supermercato del design, nel 2011 diventa thailandese fino alla consacrazione a Zurigo nel 2016 quando viene eletta The Best Department Store, davanti a Bloomingdale e Selfridges. Straniera, ma con management italiano, la Rinascente resta un'icona del made in Italy e una delle maggiori attrazioni turistiche del paese, senza contare l'inaugurazione, in autunno, della sede in via del Tritone a Roma. All'interno ci sarà persino un parco archeologico. Chi l'ha detto che la grandeur è solo dei francesi?



Un secolo fa Gabriele D'annunzio diede il nome al primo grande magazzino italiano. A Milano una mostra celebra uno dei simboli del made in Italy



GIORGIO ARMANI