

"WHO AND I" È IL NUOVO SPAZIO RICERCA DI PITTI FILATI 65

Seconda edizione per il nuovo progetto dello Spazio Ricerca che - **curato nel concept e nella realizzazione dal designer Angelo Figus** e dall'esperta in maglieria **Nicola Miller** - annulla i confini con *Fashion At Work*, l'area dedicata alle aziende di servizi e tecnologie più avanzate per il tessile-abbigliamento: **il risultato è un percorso unico dove ricerca, prodotto e tecnologia sono in costante dialogo**, un laboratorio di sperimentazione di avanguardie e trend, ispirazione per le teste creative della moda a 360°. Posizionato all'interno del Padiglione Cavaniglia, all'ingresso della manifestazione, con il **nuovo layout di allestimento curato dall'architetto Alessandro Moradei**, lo Spazio Ricerca si conferma come esperimento unico a livello internazionale nell'ambito della ricerca di tendenze a servizio della moda.

WHO AND I è il titolo di questa edizione, che mette in scena le **tendenze dell'autunno/inverno 2010-2011**. Lo Spazio Ricerca si interroga sulla propria identità e su quella dello spettatore, con un'indagine a ritroso verso le proprie origini, la propria matrice, il proprio originale, che diventerà punto di partenza per il futuro: il futuro della propria storia, della propria estetica.

5 i TEMI che danno origine ad altrettanti percorsi: PRE-HE-STORY, RE-TAILOR, CHIL-DISH, AND-ROGINE, U-NISEX. Attraverso proiezioni video, teli, punti maglia e capi finiti creati ad hoc, *Who and I* evidenzia le molteplici interazioni creative della maglieria con le differenti merceologie di prodotto che compongono una collezione di abbigliamento. Sarà l'uso del segno grafico e della scrittura a fare da sfondo e cornice alle cinque installazioni dell'area tendenze.

La realizzazione di *WHO AND I* è stata possibile anche grazie al prezioso contributo tecnico di PANTONE e di CRYSTALLIZED™ – Swarovski Elements

PRE-HE-STORY parla di un trapassato futuro in cui l'era glaciale diventa metafora del nostro mondo quotidiano.

15 sculture preistoriche stilizzate di un uomo e di una donna, rudi e spigolose, d'ispirazione cubista, fanno da supporto alle maglie realizzate nei colori della terra i cui punti riprendono la struttura di pelliccia, ghiaccio, rocce. I colori sono quelli naturali della pelle, pietra e legno in contrasto con il bianco ottico e il vetro. Nella lettera "O" del titolo uno shooting visionario presenta capi in maglia appositamente realizzati che forniscono una lettura chiara - quasi un quaderno tecnico - del tema.

RE-TAILOR ridefinisce i modi e l'uso della sartoria. Tutti gli elementi dell'arte della sartoria, ritratti nei dipinti storici dei grandi signori, si sovrappongono alla più recente tradizione sartoriale del nostro secolo. Come in una galleria, circa trenta busti sui quali sono drappeggiati i teli con lavorazioni e punti ispirazionali accolgono lo spettatore. Lo stereotipo classico del busto aristocratico romanico maschile e femminile è colorato di nero, per una connotazione un po' astratta e punk, un negativo del marmo. I colori sono classici ma pittorici, citano velluti, atmosfere regali di interni imperiali e vesti di alta caratura.



CHIL-DISH è un momento onirico, una visionaria regressione all'infanzia che esprime la necessità di un ritorno alla bellezza e alla serenità. Grandi scatole in materiale traslucido e in colori evanescenti che conservano memorie vivaci del passato fanno da contenitore a bambole di pezza giganti. Le bambole sono vestite con capi e accessori ricchi di punti maglia e lavorazioni, che suggeriscono nuove idee di proporzioni ispirate alla differenza tra mondo bambino e adulto. E laccature di legno e porcellana conferiscono ai filati un aspetto nuovo e antico allo stesso tempo.

AND-ROGINE interpreta fusione, confusione ed evoluzione dei geni XY, una proiezione futura della mutante fisionomia umana, dove i lineamenti della donna e quelli dell'uomo quasi coincidono. 16 sculture vere e proprie, raffiguranti una figura ascetica che esprime un nuovo concetto di sessualità, indossano gli outfit di una collezione androgina, creata *ad hoc* per raccogliere gli input del tema. Le sculture sono disposte attorno ad un grande cerchio, al centro del quale si trovano le proiezioni video. I colori sono amorfi, legati alle carnagioni dei diversi popoli.

U-NISEX è l'annientamento della forma che si semplifica, diventa unisex e cede il passo alla materia e alle lavorazioni come tratto saliente dell'abito stesso. E' la celebrazione della tuta e del taglio a T da cui traggono ispirazione le 30 croci astratte in neon bianco, protagoniste di un'installazione che ricorda molto da vicino l'arte contemporanea. Ciascuna croce indossa un caftano, le cui lavorazioni mischiano e confondono maschile e femminile. Un tema di colori passepartout che, mutuati dal mondo del lavoro, vengono applicati a un sofisticato concetto del vestire indoor comodo e paritetico.

Firenze, 7 luglio 2009