

Harper's BAZAAR Italia

29
Maggio
2026

Saar Mansvelt
photographed by
Paolo Roversi

•

Paolo Roversi
La perfezione
degli opposti

•

Inez & Vinoodh
La relazione
come pratica artistica

•

Juergen Teller
Anatomia emotiva
di una città

•

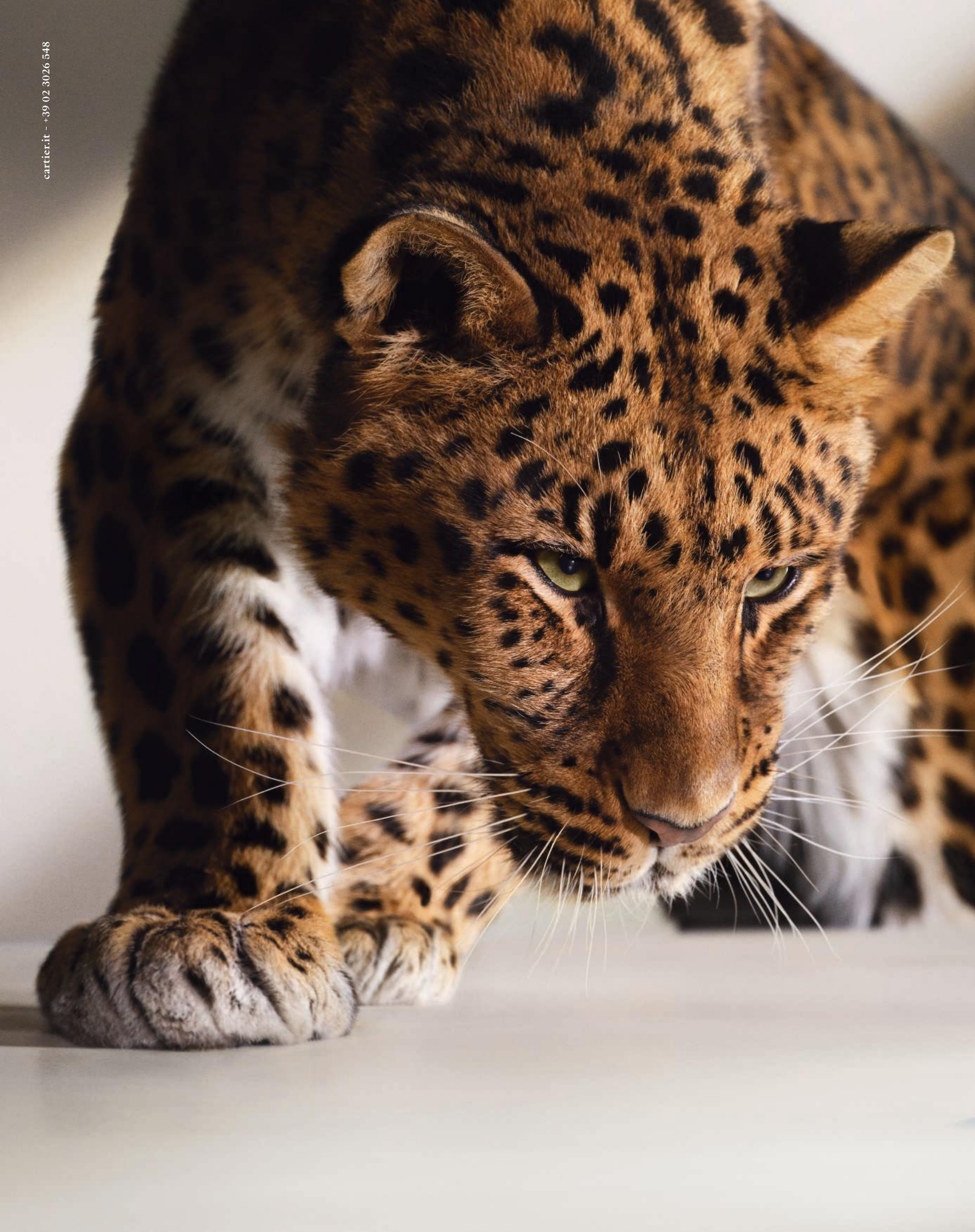
Biennale Arte
Quel che resta
nella testa di chi c'era

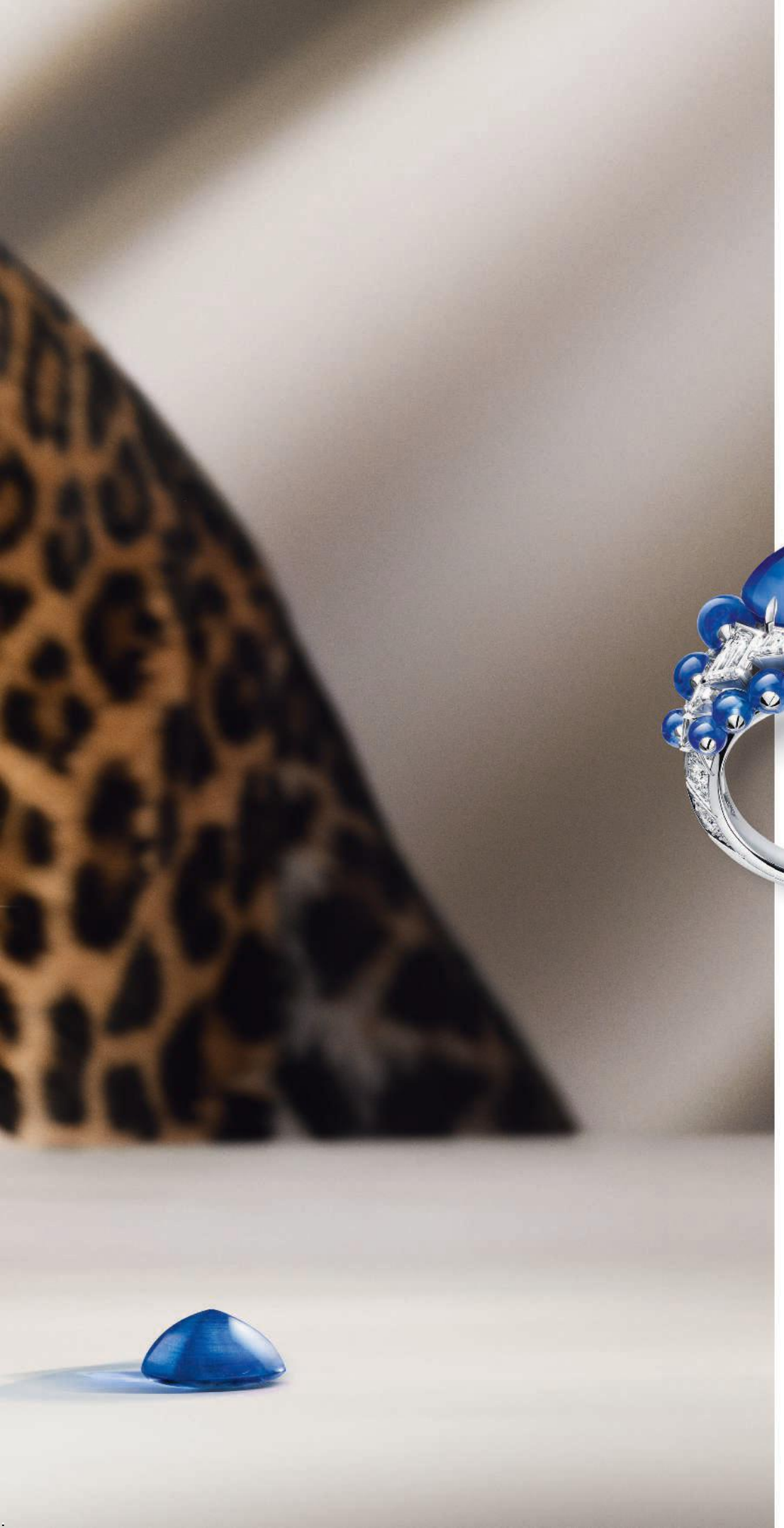
Mensile
in edicola dal
05 maggio 2026

ESPOSIZIONI

cartier.it - +39 02 3026 548


Cartier


cartier.it - +39 02 3026 548





Cartier



PRADA


MADE IN ITALY
Gucci


GUCCI

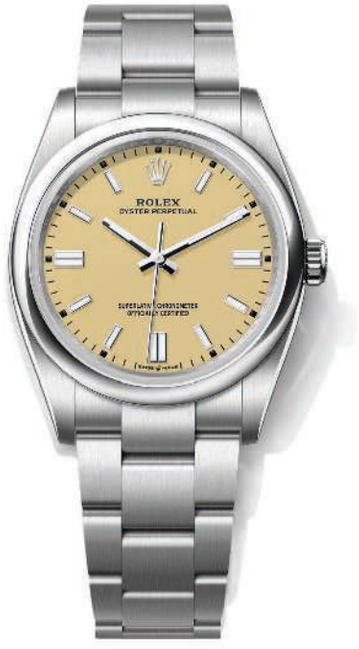

SAINT LAURENT


YSL.COM



REACH FOR THE CROWN





L'OYSTER PERPETUAL

ROLEX

N°5

NEW EDITION


N°5
CHANEL
PARIS

COLLEZIONE LIKE

CRIVELLI



MILANO · VIA DELLA SPIGA, 1


CRIVELLIGIOIELLI.COM


GATTUSO
8
45

Stime del 2025 dicono che ogni giorno scattiamo con i nostri telefoni 5,3 miliardi di foto, più di 61mila al secondo. Circa due trilioni (se riuscite a pensare un numero simile) all'anno, in crescita esponenziale. Una parte consistente di esse viene caricata online.

In un mondo inflazionato da immagini spesso del tutto inutilizzate e dimenticate, abbiamo deciso di dedicare proprio alla fotografia (d'autore) il numero di *Harper's Bazaar* che ha al centro la celebrazione dell'arte. Abbiamo scelto tre amici del nostro magazine, molto diversi l'uno dall'altro. Il processo creativo di Paolo Roversi avviene per sottrazione, quello di Juergen Teller si compie attraverso una forma di bulimia capace di distillare amore ed emozione anche dalla banalità del quotidiano, quello di Inez & Vinoodh si fonda sulla "celebrazione del nostro amore e della nostra vita insieme. Di tutte le persone straordinarie che abbiamo incontrato e del fatto che possiamo esprimere le nostre idee attraverso la fotografia e la manipolazione digitale, fonte di ispirazione infinita". È così che i due creativi di Amsterdam introducono *Can Love Be a Photograph*, la retrospettiva di questi mesi all'Aia che li racconta e attraverso cui li raccontiamo su queste pagine. Più che spiegarne l'arte, tuttavia, è meglio abbandonarsi all'energia che accomuna gli sguardi di Roversi, Teller e Inez & Vinoodh e che affiora nelle immagini di questo numero.



Francesco Bonami dice che "a Teller piace trattare la realtà senza gerarchie storiche, sociali, economiche, culturali. Il tempo nelle sue immagini è il presente, mai il passato e nemmeno il futuro. La vita accade in questo momento e ogni cosa che incontriamo e ci circonda fa parte della vita e dell'oggi". Il tempo di Roversi è invece una scintilla di eternità, un archetipo che vive al di fuori delle ordinarie categorie della conoscenza. A lui è affidata la storia di copertina. A Juergen il racconto di una Venezia sensuale, tragica, affascinante, tenera anche se mercificata, decadente ma al tempo stesso colma di speranza. Andare nella città lagunare è anche una celebrazione della 61esima Biennale Arte. Nelle parole della sua scomparsa curatrice Koyo Kouoh, il tema, *In Minor Keys*, è un'invocazione "a rallentare il passo e a sintonizzarsi sulle frequenze delle tonalità minori. Perché, sebbene spesso siano sommerse dalla cacofonia ansiogena del caos che imperversa nel mondo, la musica continua. I canti di chi genera bellezza nonostante la tragedia, le melodie dei fuggitivi che riemergono dalle rovine, le armonie di chi ripara ferite e mondi". Quasi una preghiera laica, un augurio che facciamo a tutti noi di fermarci ad ascoltare il battito del cuore del mondo, e stupirci dell'ingegno e della meraviglia delle sue creature, proprio mentre tutto congiura per nasconderceli.

Massimo Russo
Editor in Chief,
Harper's Bazaar Italia

In copertina. Coat, GIVENCHY, guanti, PRADA, neckpieces couture Siwa e Bukiah, KUNDO, orecchini, SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO.
Photo: Paolo Roversi. Styling: Léopold Duchemin. Model: Saar Mansvelt at Supreme. Hair: Eugene Souleiman at Streeters. Make-up: Aurore Gibrien at Bryant Artists. Manicure: Eri Narita at WSM. Set Design: Léonard Bougault at WeAreTheAgent. Producer: Ariane Coudé du Foresto at studio demi. Stylist Assistants: Jorge García Valero, Camryn Pessin, Martina Ortmark, Mehdi Bakhti.
Nella pagina accanto, *Venezia, 2007*, di M/M (Paris).

AUDEMARS PIGUET

Le Brassus





ROYAL OAK

CALIBRO 7136 Ø 38mm

Editor In Chief
Direttore Responsabile
Massimo Russo

Executive Creative Directors
Michaël Amzalag
Mathias Augustyniak
M/M (Paris)

Condirettore Moda
Sissy Vian

Vicedirettrice Attualità
Chiara Bardelli Nonino

Managing Editor
Federica Fiori

Casting Director
Anita Bitton

Fashion Market Director
Chiara Spennato

Productions Contributing Director
Charlotte Sélignan

FASHION

Fashion Editor At Large
Paul Sinclaire

Senior Fashion & Jewellery Contributing Editor
Maria Giulia Riva

Fashion Contributing Editor
Camilla Sossi

Fashion Assistant
Riccardo Fontana

ART

Art Director
Jean-Marie Delbès

Executive Visual Director
Emanuele Amighetti

Senior Graphic Designer
Gianmarco Ollio

Graphic Designer
Sara Guidi

VISUAL

Photo Contributing Editor
Giulia Cappellin

FEATURES

Features Editor
Vito De Biasi

Features Contributing Editor
Elena Bianchi

BEAUTY

Senior Beauty Editor
Valentina Debernardi

Beauty Contributing Editor
Camilla Bordoni

Hearst Editor At Large Cinema & Entertainment
Piera Detassis

Editorial Back Office
Roberta Tutone

DIGITAL

Head Of Multimedia Contents & Digital Market Harper's Bazaar
Italo Pantano

Digital Brand Officer & Responsabile Moda Hub Femminili Hearst Italia
Margherita Meda

Digital & Engagement Director Hearst Italia
Carlotta Marelli

Deputy Digital & Engagement Director Hearst Italia
Francesca Zottola

Responsabile Beauty Hub Femminili Hearst Italia
Francesca Scrimizzi

Responsabile Lifestyle Hub Femminili Hearst Italia
Fabrizia Mirabella

Head of Social Media Hearst Italia
Giulia Ienco

Creative Director Hearst Italia
Luca Lanzoni

Harper's BAZAAR Italia

Editorial Director
Stefano Tonchi

CONTRIBUTORS

Cecilia Alemani
Vince Aletti
Mehdi Bakhti
Andrea Bellini
Jean-Marie Binet
Francesco Bonami
Gaia Capociuchi
Maurizio Cattelan
Felipe Chaves
Ariel Conta
Michele Corà
Charlotte Cotton
Dovile Drizyte
Léopold Duchemin
Vittoria Fassola
Massimiliano Gioni
Florencia Greco
Roberto Greco
Aneta Grzeszykowska
Inez & Vinoodh
Lune Kuipers
Margherita Mazzoletti
Carola Nava
Martina Ortmark
Camryn Pessin
Alice Provenghi
Paolo Roversi
Federica Sasso
Gerrit Schreurs
Juergen Teller
Silvia Vacirca
Jorge García Valero
Francesco Vezzoli

INTERNATIONAL EDITIONS
Arabia, Australia, Brazil, China, Czech Republic, France, Germany, Greece, Hong Kong, India, Indonesia, Italy, Japan, Kazakhstan, Korea, Latin America, Malaysia, Netherlands, Qatar, Saudi, Serbia, Singapore, Spain, Taiwan, Thailand, Turkey, Ukraine, UK, US, Vietnam

ABBONAMENTI
Per avere informazioni o per sottoscrivere/ rinnovare un abbonamento visita il nostro sito www.abbonationline.it
oppure puoi contattare il Servizio Clienti Hearst Magazines Italia Spa tramite:
E-mail: abbonamenti@hearst.it;
telefono: dall'Italia 02 4957 2005
(servizio attivo dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 19:00. Costo della chiamata a tariffazione base, in funzione del piano tariffario in essere con il proprio operatore telefonico), dall'estero +39 02 86 89 61 72;
posta: Servizio Clienti Hearst Magazines Italia Spa – Ufficio Abbonamenti – c/o CMP ROSERIO MI2 – 20157 Milano (MI).
Gestione operativa: Direct Channel S.p.A., via Mondadori 1 – 20090 Segrate (MI). L'abbonamento partirà dal primo numero raggiungibile. Servizio arretrati a cura di Press-di Distribuzione Stampa e Multimedia S.r.l. 20090 Segrate (Mi).
Per le edicole, richieste tramite sito: https://servizioarretrati.mondadori.it
Per privati collezionisti richieste tramite email: collez@mondadori.it

ACCERTAMENTI DIFFUSIONE STAMPA n. 9501 del 4/4/2025
ISSN 1120-4397
Abbonationline

Certificato PEFC Questo prodotto è realizzato con materia prima da foreste gestite nm aniera sostenibilee da fonti controllate
PEFC/18-32-03
www.pefc.it

HEARST MAGAZINES ITALIA SPA

DEBI CHIRICHELLA
Presidente

GIACOMO MOLETTO
Amministratore delegato e direttore generale

THOMAS ALLEN GHAREEB, MARCELLO SORRENTINO, JONATHAN WRIGHT
Consiglieri

Publishing
MASSIMO RUSSO
Chief Content Officer
massimo.russo@hearst.it

KAREN NAHUM
Chief Marketing & Digital Officer
karen.nahum@hearst.it

MICHELA ALPI
Strategy Consultant Cinema & Entertainment Specialist
malpi@hearst.it

HEARST MAGAZINES

DEBI CHIRICHELLA
President

HEARST MAGAZINES INTERNATIONAL

JONATHAN WRIGHT
President

KIM ST. CLAIR BODDEN
SVP / Editorial & Brand Director

ELÉONORE MARCHAND
Global Editorial Director, Luxury Brands

HARPER'S BAZAAR® è un marchio registrato di HEARST MAGAZINE MEDIA, Inc., in licenza a Hearst Magazines Italia S.p.A. , via R. Bracco 6, Milano, 20159.
Tutti i diritti riservati © HEARST MAGAZINES ITALIA
S.p.A P.IVA 12212110154. Codice ISSN 2974-6388.
Harper's Bazaar è un mensile. Testata comunicata al ROC n. 5074 – a far data dal 5 dicembre 2022.
Prezzo copia € 5.

DISTRIBUZIONE
Distributore della testata per l'Italia e per l'Estero Press-di Distribuzione Stampa e Multimedia S.r.l. – 20054 Segrate (MI)

HEARST GLOBAL SOLUTIONS

ROBERT SCHOENMAKER
Chief Revenue Officer
rschoenmaker@hearst.it

PAOLA RINI
Global Commercial Director, Luxury and Lifestyle
paola.rini@hearst.it

ALESSANDRO CARACCIOLO
Global Solutions Lab Director
acaracciolo@hearst.it

FABIO SEVESO
Hearst Live Director
fabio.seveso@hearst.it

ALESSANDRO VITALI
Sales Director Fashion
alessandro.vitali@hearst.it

PAOLA ZAMBONI
Sales Director Beauty
pzamboni@hearst.it

DANIEL DAVIDE
Sales Director Lifestyle
daniel.davide@hearst.it

HEARST GLOBAL DESIGN

ROBERTA BATTOCCHIO
Managing Director
rbattocchio@hearst.it

ENRICO VECCHI
Global Business Solutions Director
evecchi@hearst.it

Accertamento ADS richiesto per l'anno 2023

TYPEFACES
Alex Lescieux, Alberto Malossi, M/M (Paris)

PREPRESS
EMMEGI GROUP
Via F. Confalonieri, 36, Milano

STAMPA
ELCOGRAF SPA
Via Zanica, 92, 24126 Bergamo (Bg)

Publicis EtNous

HERMÈS
PARIS



	Titles	Images	Styling	Texts
36	*Polarità*	Paolo Roversi	Léopold Duchemin	
72	*L'alchimista felice*	Paolo Roversi		Chiara Bardelli Nonino
76	*Sparire nell'altro*	Inez & Vinoodh		Charlotte Cotton
88	GRAN BAZAAR			
	La disciplina del girasole	Federica Sasso	Camilla Sossi	Chiara Bardelli Nonino, Ariel Conta
115	*Sono qui*	Juergen Teller	Sissy Vian	Francesco Bonami
166	*Trema e risplendi*	Juergen Teller		Federica Fiori
172	*Più veri del vero*	Inez & Vinoodh		Valentina Debernardi



Orecchini della collezione *Giardini Segreti* in oro rosa 18 carati con diamanti, PASQUALE BRUNI. Drawing: M/M (Paris).

robertocoin.com



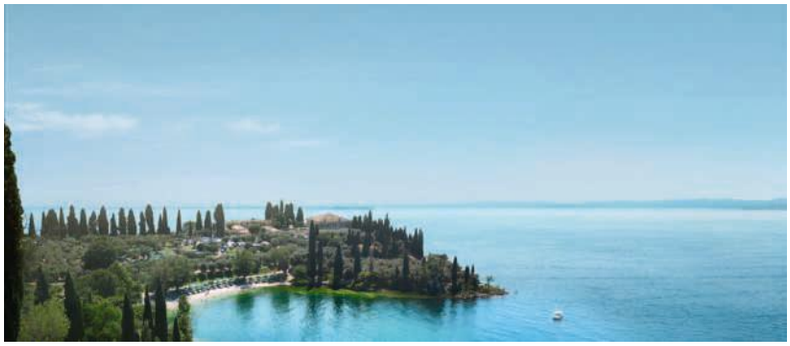
	Titles	Images	Styling	Texts
176	*Di grazia*	Jean-Marie Binet	Maria Giulia Riva	
186	MIND BAZAAR			
	Fitzcarraldo a Venezia			Francesco Vezzoli
	Con altri mezzi			Andrea Bellini
	Fallire meglio			Francesco Bonami
	Un billboard			Maurizio Cattelan
	La sera prima			Cecilia Alemani
	Ricordo tutto			Massimiliano Gioni
190	*Archetype: il grembiule*	Roberto Greco		Silvia Vacirca
194	Outro/Intro	Aneta Grzeszykowska		Vince Aletti



Orecchini della collezione *Giardini Segreti* in oro rosa 18 carati con diamanti bianchi e champagne, PASQUALE BRUNI. Drawing: M/M (Paris).



ITALIAN RIVIERA, FRAMED BY PERSOL. HANDMADE SINCE 1917.







5 ANNI GARANZIA

Gamma Range Rover SV 26MY, valori di consumo carburante (l/100km): ciclo combinato da 2,8 a 12 (WLTP). Emissioni CO_2 (g/km): ciclo combinato da 63 a 272 (WLTP). I valori sono indicati a fini comparativi.

BY APPOINTMENT TO
HM THE KING
MANUFACTURERS OF
MOTOR VEHICLES
JAGUAR LAND ROVER LIMITED
COVENTRY

BY APPOINTMENT TO
HM THE QUEEN
MANUFACTURERS OF
MOTOR VEHICLES
JAGUAR LAND ROVER LIMITED
COVENTRY

RANGE ROVER









Il posto della fotografia nella storia dell'arte è stato a lungo motivo di dispute e, ancora oggi, a quasi due secoli dalla sua invenzione, il valore artistico e finanziario di una stampa come opera d'arte è continuamente messo in discussione. La varietà di generi e applicazioni di questa pratica, la questione delle edizioni e delle riproduzioni, l'evoluzione inarrestabile delle tecniche – insieme a un futuro imperscrutabile segnato dalla rivoluzione digitale e dall'uso dell'AI – sono alcune delle cause di questa incertezza. Dubbi che, invece, non hanno mai riguardato il valore di un dipinto o di una scultura, anche quando prodotti meccanicamente o riprodotti in edizione: se il prezzo di molte opere di Warhol o di Koons è lievitato senza limiti, quello di una stampa unica di Cartier-Bresson o di un ritratto di Avedon suscita ancora stupore.

Da un decennio faccio parte del board of trustees dell'International Center of Photography di New York, fondato 52 anni fa da Cornell Capa, fratello di Robert. Si tratta di una delle istituzioni internazionali più importanti per la disciplina, la cui missione, dichiarata nello statuto, è cambiare il mondo attraverso la fotografia. Il valore – e il dovere morale – di documentare la realtà e fare delle immagini un baluardo contro ingiustizia e falsità restano, oggi più che mai, fondamentali. Allo stesso tempo, l'idea della fotografia come pura rappresentazione del vero è stata spesso contrapposta a quella che la considera un veicolo di espressione creativa, lasciando agli artisti la libertà di sceglierla come medium. Gli scatti che più ammiriamo nascono dal talento personale e non dalla sola tecnica: non rappresentano una verità unica e immutabile, ma un'idea individuale di bellezza e si impegnano nella celebrazione della natura umana in tutte le sue manifestazioni.

Caratteristiche che trovano particolare espressione nella fotografia di moda, per sua natura orientata a una ricerca estetica soggettiva e mutevole. Chi lavora in questo ambito deve combinare esigenze differenti: da una parte il desiderio del committente, che sia il giornale o la maison; dall'altra la necessità di libertà inventiva. Sebbene questi autori siano spesso presentati come mercenari o semplici tecnici, la loro pratica non è così diversa da quella degli artisti del passato, chiamati da papi e monarchi a produrre ritratti, paesaggi, scene storiche e mitologiche, secondo specifici requisiti di verosimiglianza o di interpretazione dei fatti. Che la restituzione del vero nella fotografia di moda non sia il requisito principale non dovrebbe stupire: fin dall'inizio le immagini venivano colorate o ritoccate a mano, molto prima dell'arrivo di Photoshop. La fotografia stessa era nata come disciplina per rappresentare la realtà meglio di quanto facessero l'illustrazione o la pittura, anche se, ironicamente, l'artificio ha sempre fatto parte della sua storia.

Da sempre magazine come *Harper's Bazaar* offrono ai fotografi di moda un palcoscenico su cui mostrare il loro lavoro e ancora oggi, nell'era dell'ubiquità delle immagini digitali, restano un luogo privilegiato per l'espressione della creatività, sebbene al servizio del commercio. In particolare, *Bazaar Italia* ha ampliato la possibilità di raccontare storie attraverso la moda, creando un contesto privilegiato per le immagini, presentate in ampi portfolio narrativi e nel pieno rispetto della libertà artistica degli autori.

Nel mondo digitale, sempre più spesso, le immagini vivono in una sorta di vuoto: fuori dal tempo e dal contesto in cui sono state prodotte, scorrono sullo schermo del telefono ma sono al tempo stesso riproducibili all'infinito. Il loro valore diventa sempre più astratto, ma le contraddizioni restano. Ogni fotografia continua a interrogarci sull'autenticità della rappresentazione della realtà e sulla ricerca della verità, e al tempo stesso ci invita a celebrare il potere dell'immaginazione e della creazione artistica.

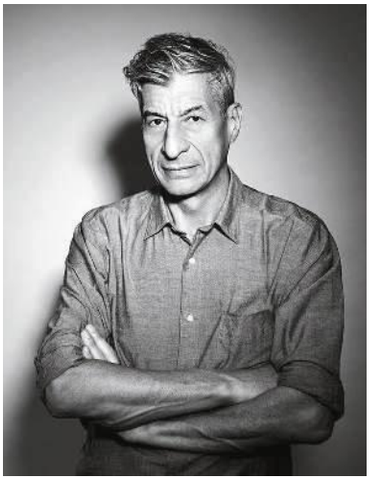
Stefano Tonchi
Editorial Director, *Harper's Bazaar Italia*



GIOVANNI RASPINI

Quando un'immagine di moda diventa arte? A rispondere sono i curatori e gli artisti che hanno collaborato a queste pagine, invitati a mostrarci nuovi, possibili legami tra commercio e creatività pura. Una domanda che ci siamo posti per tutto il numero, dedicato a tre grandi nomi della fotografia che sono riusciti a polverizzare, o a rendere ancora più complesso, questo eterno interrogativo.

«Nel momento in cui smette di essere solo funzionale al prodotto e introduce una distanza. Quando non si limita a sedurre, ma trattiene qualcosa che non è immediatamente consumabile»



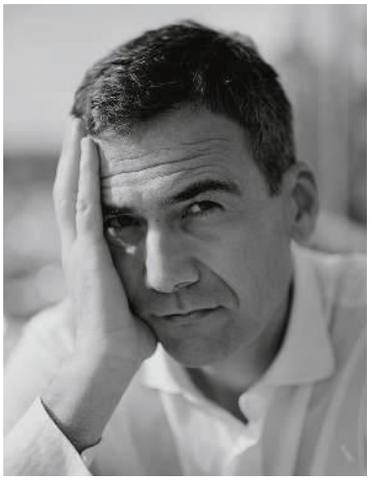
Maurizio Cattelan, uno degli artisti italiani più importanti sulla scena dell'arte contemporanea, ha esposto alle Biennali e nei musei più prestigiosi. Nel corso di una carriera lunga oltre 30 anni, ha messo in luce i paradossi della società e riflettuto sui contesti politici e culturali con grande profondità e acutezza. Tramite l'uso di immagini forti e di un linguaggio visivo caustico, suscita accesi dibattiti pubblici, favorendo un senso di partecipazione collettiva.
(Photo: Alberto Zanetti)
PAG. 188

«Quando esprime una rappresentazione acuta e duratura del nostro tempo»



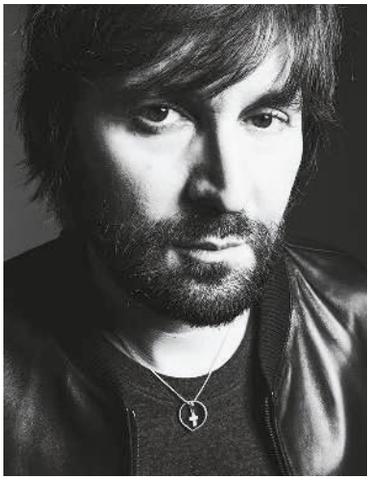
Charlotte Cotton, scrittrice e curatrice, è nota soprattutto per *The Photograph as Contemporary Art* e *Photography is Magic*, mostre, e libri, che hanno raccontato la fotografia come forma d'arte significativa del XXI secolo. Il suo *Imperfect Beauty: The Making of Contemporary Fashion Photographs* è stato il primo progetto, sempre sviluppato tramite una mostra e un libro, a sottolineare il ruolo di stylist, art director, hair e make-up artist nella creazione delle immagini di moda.
(Photo: Ben Hassett)
PAG. 76

«Piuttosto che sciorinare banalità sulla questione, vorrei utilizzare il mio spazio per ricordare Davide Sorrenti. La sua breve vita e le sue malinconiche foto sono pura poesia»



Andrea Bellini è direttore del Centre d'Art Contemporain e della Biennale de l'Image en Mouvement di Ginevra. È stato curatore del padiglione svizzero alla Biennale Arte di Venezia nel 2024, co-direttore del Castello di Rivoli, direttore della fiera Artissima, curatore al MoMA PS1, caporedattore di *Flash Art International*. Ha curato numerose mostre, tra cui *Tragicomica. Prospettive sull'arte italiana dal secondo Novecento a oggi* insieme a Francesco Stocchi, al Maxxi di Roma fino al 20 settembre.
(Photo: Francesco Nazardo)
PAG. 186

«Non c'è una gerarchia tra arte e moda, ciascuna ha le sue regole e i suoi valori. Non si possono mettere in competizione la più bella canzone di Donna Summer e un'aria della "Traviata"»



Francesco Vezzoli è uno degli artisti italiani più affermati a livello internazionale. Il suo lavoro consiste in una serie di intense allegorie sulla cultura contemporanea e comprende installazioni video, ricami a piccolo punto, fotografia, performance, esperimenti mediatici e, più recentemente, scultura classica. Nelle ultime due mostre, al Palazzo delle Esposizioni di Roma e al Museo Correr di Venezia, ha messo in relazione le sue opere, rispettivamente, con i capolavori dell'archeologia romana e con quelli della pittura moderna italiana.
(Photo: Francesco Vezzoli)
PAG. 186


ORCIANI
MADE IN ITALY
(A'mare)

Quando un’immagine di moda diventa arte? A rispondere sono i curatori e gli artisti che hanno collaborato a queste pagine, invitati a mostrarci nuovi, possibili legami tra commercio e creatività pura. Una domanda che ci siamo posti per tutto il numero, dedicato a tre grandi nomi della fotografia che sono riusciti a polverizzare, o a rendere ancora più complesso, questo eterno interrogativo.

«Rispondo con le parole di Achille Bonito Oliva: “La moda veste l’umanità, l’arte la mette a nudo”»

«Quando chi la guarda non pensa alla foto ma a quello che vede»

«Quando smette di vendere un prodotto e inizia a incarnare un’idea»



Massimiliano Gioni è uno dei curatori più influenti della scena contemporanea. Direttore artistico del New Museum di New York e della Fondazione Trussardi, ha firmato rassegne internazionali come la 55esima Biennale di Venezia, l’ottava Biennale di Gwangju e Manifesta 5. Nel 2024 ha pubblicato per Johan & Levi *Caffè Paradiso. La Biennale di Venezia raccontata dalle sue direttrici e dai suoi direttori*, una raccolta di interviste e ricordi.
(Photo: Marco De Scalzi)
PAG. 189



Francesco Bonami ha curato oltre cento mostre in tutto il mondo, tra cui la 50esima Biennale di Venezia nel 2003 e quella del Whitney Museum of American Art di New York nel 2010. È direttore artistico di By Art Matters a Hangzhou, in Cina. Ha pubblicato *Maurizio Cattelan. Autobiografia non autorizzata*. Collabora con *Il Foglio* e *Vanity Fair Italia*. Vive e lavora tra Milano e New York. Su Instagram, con il profilo @thebonamist, riflette sul sistema dell’arte contemporanea.
(Photo: Urs Fischer Studio)
PAG. 187



Cecilia Alemani è dal 2011 Donald R. Mullen, jr. director & chief curator di High Line Art, il programma di arte pubblica presentato dalla High Line a New York. Nel 2017 è stata curatrice del padiglione italiano alla Biennale Arte di Venezia, nel 2022 ne ha assunto la direzione artistica con l’acclamata mostra *Il latte dei sogni*, visitata da oltre 800mila persone. Nel 2025 si è occupata di *Once Within A Time*, la 12esima edizione di SITE Santa Fe International Biennial.
(Photo: Liz Ligon/courtesy of The High Line)
PAG. 188


MESSIKA
PARIS

DIOR.COM ONLINE 02 38 59 88 88





DIOR



Due codici opposti, una sola tensione
Due codici opposti, una sola tensione

OTTICA

Photos
PAOLO ROVERSI

Styling
LÉOPOLD DUCHEMIN



Coat, sandali, tutto GIVENCHY; guanti, PRADA, neckpieces couture *Siwa* e *Bukiah*, KUNDO, orecchini, SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO.



Giacca in pelle, PHOEBE PHILO.

Nella pagina accanto.
Top in pelle, HODAKOVA, perizoma, ZANA BAYNE, body in lattice, ELISSA POPPY, guanti, RICK OWENS.



Top in pelle, HODAKOVA, perizoma, ZANA BAYNE, body in lattice, ELISSA POPPY, guanti, RICK OWENS.

Nella pagina accanto. Giacca, GIORGIO ARMANI, neckpiece couture *Nubia*, KUNDO.







Giacca, pantaloni, tutto GIORGIO ARMANI; giacca in faux fur, SCHIAPARELLI, neckpiece couture *Nubia*, KUNDO, guanti, AGNELLE, pumps, VERSACE.





In queste pagine.
Gilet, guanto,
pantaloni, catena,
tutto VERSACE.





In queste pagine.
Coat, BOTTEGA VENETA, cintura, SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO, orecchini, GUCCI, collant, FALKE, pumps, VERSACE.





Coat, BOTTEGA VENETA, orecchini, GUCCI.

Nella pagina accanto.
Trench in pelle, camicia, occhiali *Howl*, cappello, pumps, collant, tutto SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO.





Giacca, MIU MIU.

Nella pagina accanto.
Abito, NOIR KEI NINOMIYA, sandali, ERMANNO SCERVINO.



Abito, SAINT LAURENT
BY ANTHONY
VACCARELLO.

Nella pagina accanto.
Top, BOTTEGA VENETA.







In queste pagine.
Cappa, ALAÏA, catsuit, ELISSA POPPY, cap, SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO, guanti, AGNELLE, stivali, AUGUST BARRON.





T-shirt dress, cappello, collane, pumps, tutto CHANEL.

Nella pagina accanto.
Grembiule in pelle, bra, scarpe, tutto MIU MIU; guanti, RICK OWENS.





In queste pagine.
Abito, LANVIN.





Trench, sciarpa, tutto CELINE; cap, SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO.

Nella pagina accanto. Giacca, VIKTOR GICHEV, slip dress, FERRAGAMO, cappello *Tawang*, LORO PIANA, sandali, ROBERTO CAVALLI, collant d'archivio.





In queste pagine.
Abito, VALENTINO, neckpieces couture *Nubia* e *Ganda*, KUNDO, headpiece, LES FLEURS STUDIO, bracciali, LUC KIEFFER.



Abito, guanti, gonna, sneakers, tutto PRADA.

Nella pagina accanto.
Giacca, VIKTOR GICHEV, abito con motivo Fendi Bouquet, FENDI, pumps, CHANEL, cappello e collant d'archivio.







In queste pagine.
Slip dress, ROBERTO CAVALLI, collane, MARION GODART, bracciali, LUC KIEFFER, veletta, STEPHEN JONES, cappa vintage.





In queste pagine.
Top bustier, gonna, cintura, orecchini, cap, tutto SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO; guanti, AGNELLE.





Abito *La Drama Queen*,
orecchini, tutto GUCCI.

Models: Karyna Maziar at Oui, Libby Bennett at Premium, Sara Grace Wallerstedt at Elite, Yuliana Pérez at Silent, Saar Mansvelt at Supreme.
Hair: Eugene Souleiman at Streeters. Make-up: Aurore Gibrien at Bryant Artists. Manicure: Eri Narita at WSM. Set Design: Léonard Bougault at WeAreTheAgent.
Producer: Ariane Coudé du Foresto at studio demi. Stylist Assistants: Jorge García Valero, Camryn Pessin, Martina Ortmark, Mehdi Bakhti.





L’alchimista felice

Text
CHIARA BARDELLI NONINO

Self-portrait
PAOLO ROVERSI

Danzando con la luce, Paolo Roversi cerca la macchina per fotografare i sogni

Paolo Roversi, sui vent’anni, è in gita con le sorelle. Durante un giro in un mercatino due ragazzi gli si avvicinano per chiedergli se vuole comprare una Nikon. Prezzo di partenza, 50mila lire. Sembra un segno del destino: Paolo ha infatti appena deciso di dedicarsi seriamente alla fotografia. Prende in mano la macchina, la gira, la apre, prova a scattare, ispeziona le lenti: tutto perfetto. Bella, dice, mi interessa a 25. Uno dei ragazzi gliela sfila di mano, la appoggia sul cofano di un’auto parcheggiata di fronte, la impacchetta davanti a lui con un bel fiocco di spago e fa il gesto di porgergliela: «Sotto le 45 non se ne parla». Il tira e molla continua finché il ragazzo non si spazientisce. Basta, ringhia, con te non tratto. E si riprende il pacchetto. Interviene il suo socio, nel ruolo del poliziotto buono: «Dai», dice a Paolo, «35 e non ne parliamo più». La cifra è quasi ragionevole e comunque, sotto sotto, Roversi avrebbe chiuso anche a 50. Quindi caccia le 35 e si allontana col pacchetto, euforico al punto da convincersi che i passanti gli sorridano. Offre un caffè alle sorelle, soprattutto per sedersi a un tavolino e aprire con calma il suo regalo. Lo scarta con molta calma, per gustarsi fino in fondo la cerimonia. Uno strato di carta, due, tre, e finalmente il prezioso contenuto: una pietra. «Due artisti», sospira Paolo, che il sasso se lo porta via e lo tiene con sé. Oggi è sulla scrivania dello Studio Luce di rue Paul-Fort e, a chi gli chiede cosa sia, spiega che è un memento: il fato non viene a cercarti, devi costruirtelo. Una pietra alla volta.

Roversi è nato a Ravenna nel 1947. Suo padre era un medico, che ambulatori e visite a domicilio tenevano spesso lontano dalla famiglia. Come i due fratelli e le due sorelle, Paolo, il più piccolo del gruppo, è cresciuto con la madre, una donna di straordinaria energia che quando non si occupava della casa o dei figli – e molto spesso, anche quando se ne occupava – cantava. Cantava sempre, il che non le impediva di seguire e incoraggiare i cinque ragazzi. E infatti il giorno della prima comunione, molto prima della Nikon e della pietra, Paolo riceve in dono una Ferrania Elioflex. Se ne innamora all'istante, e poco dopo, quando sua sorella Maria esce per andare a un ballo in un bellissimo abito lungo di tulle: click. Il piccolo Roversi ha scattato la sua prima foto di moda. È l'annuncio, il segno di una vocazione, però meno esclusiva di quanto si potrebbe immaginare. Più o meno negli stessi anni, ruba i ferri da calza alla madre, si mette in piedi su una sedia e dirige un'orchestra invisibile, con un repertorio un po' ridotto: essenzialmente, la *Patetica* di Čajkovskij. Qualche anno ancora e arriva l'infatuazione per la poesia italiana del Novecento – Ungaretti, Quasimodo, Montale – destinata a trasformarsi in un grande amore, senza il quale il mondo e il metodo di Roversi sarebbero stati differenti. Molti tratti del suo stile, come il lavorio maniacale sulle sfumature e i margini dell'immagine, o sull'ombra, ma soprattutto la ricerca ossessiva dell'essenza nascosta in ogni soggetto, arrivano direttamente da quelle pagine. E le nature morte realizzate in studio – quelle dove Roversi si avvicina di più alla semplicità di due suoi compagni di strada dichiarati, Morandi e Rothko – ne sono addirittura, per certi versi, un equivalente visivo.
Quando deve riassumere gli incontri decisivi della sua carriera, quelli che ne hanno segnato le svolte, Paolo comincia sempre da un nome molto meno illustre, in apparenza, di quelli appena fatti. Battista Minguzzi era infatti il suo postino di quartiere, a Ravenna, ma era anche un fotografo amatoriale e passava gran parte del tempo nel laboratorio che si era costruito in cantina. Una volta entrato in quel piccolo mondo per metà infero e per metà domestico, dove Minguzzi lo avrebbe aiutato a stampare i primi esperimenti in bianco e nero, Roversi non ne sarebbe più uscito, diventando quello che in fondo è sempre rimasto: un piccolo alchimista felice. Il secondo nome di spicco, nella sua formazione, è quello di un altro fotografo ravennate, Nevio Natali, da cui Paolo sarebbe andato a bottega, cominciando nel frattempo a proporre qualche reportage, tra cui un servizio sui funerali veneziani di Ezra Pound all'Associated Press. Qualche tempo dopo, a casa di un amico di famiglia, Paolo incontra Peter Knapp, allora direttore artistico di *Elle*, che prende le immagini del ragazzo e le tratta esattamente come avrebbe fatto in redazione: le sparge a terra e gioca abbastanza a lungo con la sequenza. Poi gli dice, secco: «Fossi in te andrei a Parigi».
Il gioco ritorna spesso, nell'idea che Roversi ha della fotografia: era un gioco scattare con il sole in faccia, proprio perché il manuale della Elioflex diceva di fare attenzione a tenerlo sempre alle spalle; un gioco, appena arrivato a Parigi, passare i pomeriggi da Shakespeare and Company puntando la Hasselblad sui clienti che si aggiravano tra gli scaffali, per poi presentare le immagini come le "famose" foto mosse di Roversi; un gioco (decisamente macchinoso) caricare la Deardorff con le Polaroid 8x10 e aspettare con trepidazione l'assai imprevedibile risultato; e un gioco dipingere con la luce, grazie a una piccola torcia, creando strane forme opalescenti su abiti, modelle, cantanti, scrittori, stilisti.
Roversi ha riflettuto tanto sulla sua lunghissima danza con la luce e ha sempre sostenuto di non riuscire a scinderla dalla sua matrice, una paralizzante paura del buio. Del resto, è il dualismo che permette alla fotografia di esistere e alla realtà di mescolarsi con i sogni. Chi lo sapeva meglio di tutti è Carl Gustav Jung, cui a un certo punto Roversi lascia la parola in *Lettere sulla luce*, il libro scritto a quattro mani con Emanuele Coccia: "Non è guardando la luce che diventiamo luminosi, ma tuffandoci dentro l'oscurità".
Di tuffarsi Paolo non ha mai avuto timore e nonostante l'attrazione per l'ombra, o proprio a causa sua, dalla città delle luci si lascia subito sedurre, anche se gli inizi, come da script, non sono semplici. Vive con la famiglia appena formata in uno studio minuscolo, dove per appendere un fondale alla parete e scattare deve spostare il letto. Per parecchi mesi tira avanti vendendo qualche still life fatto in casa e, quando capita, un servizio giornalistico. Intanto si guarda intorno e molto di quel che vede, in un modo o nell'altro, è collegato alla moda. L'idea di lavorare in quel mondo lo attrae e diventa una possibilità concreta nel 1974, quando Laurence Sackman gli offre un posto da assistente nel suo studio londinese. È un colpo di fortuna, ma ha un prezzo: Sackman imposta i rapporti coi ragazzi di studio come il sergente maggiore Hartman di *Full Metal Jacket* con gli aspiranti marine, e il periodo medio di permanenza dei nuovi arrivati è di circa una settimana. Roversi resiste molto di più, nove mesi, al termine dei quali torna a Parigi, che dopo quello stage gli sembra un incrocio fra un resort e una spa. Comincia subito a pubblicare su *Depeche Mode*, *Elle*, *Marie Claire*, quindi a lavorare con le modelle professioniste. All'inizio non è facile: costretto a usare un repertorio di pose rigido e codificato, capisce subito che esprimere una sua visione sarà meno ovvio e indolore di quanto avesse immaginato. Eppure deve riuscire a farlo, e anche alla svelta. In un arrondissement dove lavorano fianco a fianco amici come Peter Lindbergh e Steve Hiett, che sono anche concorrenti molto temibili, spiccare è una questione, sul piano professionale, di sopravvivenza.
Per fortuna qualcuno, prima di lui, si era trovato nella stessa situazione. Appena arrivato a Parigi, Robert Capa si chiamava ancora Endre Ernö Friedmann. Una volta capito che proprio per via di quel nome non memorizzabile tutte le agenzie gli rispondevano "ci facciamo vivi noi", Friedmann si era fatto un giro al marché aux puces, aveva comprato un trench e un Borsalino vagamente bogartiani, e aveva rifatto il giro delle agenzie col nome che gli conosciamo. I risultati si sono visti, racconta spesso Roversi con un sorriso. Quanto a lui, continua, il suo trench era stato una pellicola.
Nel 1980, allo studio Pin-Up di avenue Jean-Moulin, assiste con altri fotografi alla presentazione della Polaroid 8x10 che sarà, per gran parte della carriera, la sua tavolozza. Nemmeno una settimana dopo, a New York, compra la Deardorff grande formato che a volte usa tutt'ora, con le ultime scatole di pellicole racimolate tra eBay e mercatini. In *Lettere sulla luce*, Paolo sostiene che è stata proprio quella a insegnargli che le foto non si comprano, sono regali della luce, e che, come tutti i regali, non si discutono. Vedere Paolo scattare con la Deardorff è come assistere a uno strano rituale pagano, o a una forma di magia bianca. È una pratica meditativa logorante, una sequenza di gesti lenti e meticolosi che dalla messa a fuoco conduce alla rivelazione dell'immagine finale. Paolo toglie la pellicola alla foto come un pittore scosterebbe il velo dalla tela sul cavalletto, con la differenza che non può essere sicuro di cosa troverà. Col tempo, quell'estetica dello scarto e del backstage, fatta di contorni sfocati, colori trasfigurati, contrasti eccessivi, è diventata la sua cifra stilistica.

Oggi è – giustamente – riverita, ma all'inizio lo era molto meno: anziché mosse, le sue prime foto sembravano infatti, a chi doveva giudicarle, semplicemente sbagliate. Con risvolti anche comici. Per esempio, quando i tipografi di *Marie Claire* ricevono il primo editoriale in Polaroid grande formato, rimandano indietro la scatola con vibranti proteste, chiedendo di ricevere al più presto le stampe vere. L'equivoco si chiarisce, ma la diffidenza permane. Roversi però è testardo e la consacrazione arriva di lì a poco, quando scatta con le 8x10 la campagna di Dior Beauté: quei primi piani che galleggiano in uno sfondo latteo, quelle doppie esposizioni grafiche e contrastate vincono qualsiasi resistenza.
Il 1981 è un anno decisivo. Mentre il campo gravitazionale che per brevità chiamiamo Parigi attrae due giovani stilisti giapponesi, Yohji Yamamoto e Rei Kawakubo, Roversi si trasferisce in un vecchio atelier nel 14esimo arrondissement, che riempie subito di sedie e sgabelli trovati per strada e di mobili della sua infanzia. Gli dà un nome che risuona, Studio Luce, e lo trasforma in una bottega domestica che è anche un luogo della mente e un laboratorio alchemico, dov'è possibile trasformare la materia in spirito e lo spirito in materia. Non quanto Paolo vorrebbe però, o non ancora. Nell'elenco dei progetti non realizzati Roversi mette infatti sempre al primo posto, da anni, la possibilità di fotografare i sogni. Scherza, ma fino a un certo punto. Vorrebbe davvero accanto a sé una macchina che, quando chiude gli occhi, continua a scattare. È molto più di un gioco, in questo caso: significa immaginare la fotografia come un dispositivo onirico, uno strumento che conduce e traduce le modulazioni della luce rivelando ciò che è ancora ignoto, illeggibile, segreto.
In realtà, lo studio di rue Paul-Fort è già una macchina fantastica, uno spazio vuoto dove mettere in scena i sogni. Assieme alla Polaroid grande formato, è forse l'elemento più importante della poetica di Roversi: una scatola bianca dove si intrecciano incontri, storie, ossessioni. Lo Studio Luce è stato una volta un teatro d'ombre cinese, un'altra il pont des Arts. Paolo ci ha fatto piovere con un tubo da doccia e nevicare. Per un servizio su Casanova lo ha riempito di farina e talco, finendo incipriato come un fornaio. E l'elenco dei visitatori, se esistesse, sarebbe esilarante: alcuni asinelli, Yves Saint Laurent, un gruppo di rapaci, Naomi Campbell, Rihanna, una banda di scimmiette, John Galliano, Natalia Vodianova. E ancora, Alfredo Kraus, che ha fatto tremare i vetri con un recital improvvisato. Renaud Capuçon, che ha suonato divinamente il violino. Il nipote di Chaplin, con uno spettacolo per pochi occhi, e il Dalai Lama, che ha impartito una benedizione su assistenti e modelle inginocchiati davanti a lui. La casa delle fotografie di Roversi ha un'energia singolare, diversa da qualsiasi altra. In un certo senso Paolo ha cercato di ricreare qualcosa a metà fra la cameretta della sua infanzia – i muri dove da bambino vedeva la luce giocare con l'ombra, e dove hanno preso forma i suoi primi fantasmi – e la camera oscura nella cantina del postino Minguzzi. Oggi l'esperimento si replica negli stessi luoghi dov'è cominciato molti anni fa: fra i mosaici e, virtualmente, la nebbia che d'inverno avvolge Ravenna, dandole una vibrazione che lui ha sempre associato all'alba della fotografia.

Al MAR-Museo d'Arte della città di Ravenna, non lontano da Sant'Apollinare, San Vitale e Galla Placidia, inaugura infatti il 21 maggio la Galleria Paolo Roversi, uno spazio interamente dedicato ai suoi lavori. Per l'allestimento, Paolo si è affidato alla scenografa Ania Martchenko, già collaboratrice di Martin Margiela, mentre a curare l'identità grafica e il libro d'arte che accompagna il primo accrochage sono stati chiamati Mathias Augustyniak e Michaël Amzalag, i fondatori dell'agenzia M/M (Paris) che sono anche i direttori creativi di questo giornale. Molte immagini esposte sono state concepite insieme a loro. Mathias e Michaël sono amici di Paolo da quando la leggendaria direttrice creativa di Yohji Yamamoto Irène Silvagni ha chiesto al duo di immaginare il catalogo per la P/E 97. Roversi al tempo era già affermato, gli M/M due ragazzi promettenti al debutto sul grande palcoscenico. Per tutti e tre sarebbe stata un'esperienza unica, e decisiva. I lookbook di Yamamoto sono stati una specie di consacrazione per la fotografia di moda: lo stilista giapponese li concepiva come un'opera unica, da collezione. E accordava ai suoi artisti una libertà creativa totale, in cambio di un unico mandato: "Stupitemi". Fino a quel momento era stato così. Gli M/M tutto vogliono tranne che deludere il maestro. Quindi, entrano nell'atelier di un mostro sacro della fotografia con l'idea di fare un po' di casino, giocando con tutti gli strumenti disponibili, come se si fossero introdotti nello studio di un venerato musicista decisi a suonare le antiche chitarre, certo, ma anche a strimpellare una sinfonia su un pianoforte di plastica.
Del resto Roversi lo dice, gli M/M riescono sempre a spingerlo verso territori inesplorati, a rovesciare la sua prospettiva per creare qualcosa di nuovo. Insomma, quanto a irriverenza verso i presunti canoni, il terzetto non prende facilmente lezioni. Per quel catalogo, Paolo usa la grande formato, ma anche una low res digitale e una stampante portatile amatoriale. Il risultato è straordinario. Tutto costruito giocando su pixel, crop e montaggi controintuitivi, il volume trasforma la collezione in una storia sbilenca e apocrifa della fotografia, e di come abbia cambiato, nel tempo, la rappresentazione della figura umana.

> Quell'estetica dello scarto e del backstage, fatta di contorni sfocati, colori trasfigurati, contrasti eccessivi, è diventata la sua cifra stilistica

Roversi afferma spesso di riuscire a capire tutto dalla faccia di chi ha davanti. Citando la divinità più luminosa del suo pantheon personale, Julia Margaret Cameron, ricorda che la fotografia non è solo l'atlante di una faccia, o di una superficie, ma qualcosa di molto più profondo. Quando uno scatto non riesce a cogliere l'anima del soggetto è un guscio vuoto, una casa vuota: le luci saranno anche accese, ma dentro non c'è nessuno. Anche a questo serve lo studio: a chiudere fuori tutto tranne il soggetto, che finché rimane fra quelle pareti, sotto una certa luce, diventa il centro del mondo.
Può sembrare curioso che questo atteggiamento quasi mistico nei confronti dell'immagine si manifesti in un mondo che ne sembra il negativo: la moda. Ma è il paradosso che rende così enigmatica, e così vitale, la fotografia di Paolo, dove la ricerca dell'essenza, dell'anima, l'indagine sulla bellezza si applica all'arte che più di tutte ha a che fare con l'effimero, il presente, l'impermanenza. Questa coesistenza del tempo e della sua assenza è un piccolo miracolo che fin qui sembrava poter succedere solo in quella galassia remota e vicinissima di rue Paul-Fort. Ma la Galleria Paolo Roversi è stata pensata anche per consentirgli di ripetersi tutti i giorni, sotto i nostri occhi. B



Inez & Vinoodh
Inez & Vinoodh
Inez & Vinoodh
Inez & Vinoodh
Inez & Vinoodh
Inez & Vinoodh
Inez & Vinoodh
Inez & Vinoodh
Inez & Vinoodh
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh riscrivono quarant'anni di immagini tra intimità, manipolazione e visione
Inez & Vinoodh
Inez & Vinoodh
Inez & Vinoodh
Inez & Vinoodh
Inez & Vinoodh
Inez & Vinoodh

Text
CHARLOTTE COTTON

Exhibition views
GERRIT SCHREURS

Sparire nell’altro
Sparire nell’altro







In questo servizio, l'installazione della mostra *Can Love Be a Photograph* al Kunstmuseum Den Haag fino al 6 settembre. Sopra, al centro, *Me Kissing Vinoodh (Eternally)*, 2010; a sinistra e a destra, *Caroline* e *Wendy*, due scatti della serie *Final Fantasy* (1993). Nelle pagine precedenti, *Me Kissing Vinoodh (Passionately)*, 1999.

Can Love Be a Photograph è l'esuberante titolo della mostra di Inez van Lamsweerde e Vinoodh Matadin in corso al Kunstmuseum Den Haag, nei Paesi Bassi, costruita come un viaggio epico e personale in un sodalizio di vita e creatività lungo quarant'anni. Proprio come ci si aspetterebbe da una coppia di artisti che ha plasmato la propria narrativa opponendo sempre resistenza ai dogmi delle convenzioni, non si tratta di una retrospettiva lineare, che procede in ordine cronologico, ma di una lezione accurata su come esercitare il nostro umano potere creativo. Tutti siamo invitati a entrare in quello che descrivono come il loro "autoritratto" sotto forma di mostra, che si snoda in una foresta di gallerie interconnesse con titoli meravigliosamente aperti come *Dream Logic*, *Post-Power* e *Worship*. *Can Love Be a Photograph* è un racconto profondo e stratificato sulle intenzioni creative, i fili conduttori e gli inaspettati ritorni che Inez & Vinoodh hanno individuato durante il meticoloso e attento processo di rivisitazione del loro archivio nel corso degli ultimi due anni. L'esposizione è dedicata alle opere più significative, quelle che li hanno resi famosi come storyteller visivi preveggenti, e si intreccia con sequenze fotografiche a tema che coprono ogni aspetto e periodo della loro illustre carriera. Non viene fatta una distinzione netta tra progetti indipendenti e su commissione né tra le sfere di solito polarizzate di arte e moda, uniti in una narrazione unica e condivisa.

La collaborazione fra Inez & Vinoodh comincia nel 1986 ad Amsterdam, la loro città natale, quando Vinoodh è alla ricerca di un fotografo per rappresentare la sua prima collezione di moda dopo l'università e Inez frequenta un master in fotografia presso la prestigiosa Gerrit Rietveld Academie. Tra loro scatta immediatamente un colpo di fulmine creativo, rafforzato dalla sinergia delle rispettive formazioni e dalla precoce comprensione della fashion culture (il padre di Vinoodh era un sarto di talento e la madre di Inez una giornalista di moda e illustratrice), oltre che dalla capacità di entrambi di sintonizzare le antenne sulle possibilità creative che scorgono all'orizzonte. I due fanno parte di una massa critica di giovani che in Europa sta forgiando pratiche ibride in cui arte, design, tecnologia, media, architettura, performance, musica e moda si contaminano a vicenda in un crescente appiattimento della gerarchia tra discipline visive e applicate. Insieme, trasformeranno ampi settori del panorama culturale, compresi i linguaggi della moda e della fotografia come forme d'arte contemporanea in ascesa.
Nel 1992 Vinoodh raggiunge Inez, a New York per una residenza di un anno al P.S.1 Contemporary Art Center (ora MoMA PS1) nell'ambito del programma fondato da Alanna Heiss che anima spazi sottoutilizzati per sostenere pratiche artistiche sperimentali. Sebbene la coppia non si sia ancora stabilita nella città che sarebbe poi diventata la loro dimora principale, durante questo primo soggiorno lavora a ritmi frenetici ideando e iniziando a realizzare tre sorprendenti cicli di opere, *Thank You Thighmaster* (1993), *Final Fantasy* (1993) e *The Forest* (1995), esposti insieme in *Can Love Be a Photograph*.



La mostra mette in comunicazione, per la prima volta, tre serie di inizio Anni 90, pionieristiche per la manipolazione digitale di corpi e volti attraversati da tensioni emotive e sociali: *Thank You Thighmaster*, sull'ossessione della perfezione fisica (sopra a destra e nella pagina accanto); *Final Fantasy*, sull'ambiguità dell'infanzia (a sinistra); *The Forest*, sulle dinamiche di potere (al centro).

La lungimiranza delle loro osservazioni sui media digitali emergenti trova conferma nelle sempre più evidenti conseguenze delle pulsioni al tempo stesso voyeuristiche ed esibizionistiche (e nella natura priva di confini e transazionale) della fiorente economia dell'immagine, su cui Inez & Vinoodh pongono la loro attenzione. In *Thank You Thighmaster*, con i corpi nudi e oliati delle modelle in bella mostra senza capezzoli, peli pubici e genitali creati usando Quantel Paintbox (un precursore di Photoshop), il duo ha affrontato direttamente le ipocrisie sessuali e le inclinazioni pornografiche accessibili in rete prevedendo l'arrivo nel mainstream del dark web. *Final Fantasy*, che prende il titolo dal videogioco di ruolo Nintendo stravolgendolo, resta uno spettacolo bruciante anche sotto la luce fredda di una galleria modernista, con le bocche lascive e gli sguardi avidi di maschi adulti trapiantati in digitale sui volti di bambine. *The Forest* ritrae uomini sdraiati in polo giallo pastello, con curate mani di donna, capelli ben pettinati e lucidalabbra in una fusione di attributi e gesti convenzionalmente maschili e femminili di una purezza a tratti perturbante. Nel 2010, Glenn O'Brien descrisse acutamente l'uso inquietante degli strumenti di post-produzione digitale da parte di Inez & Vinoodh come "sottili effetti speciali" capaci di articolare diagnosi psicologiche e amplificarne le conseguenze in un'epoca segnata da una sete culturale di perfezione visiva anonima e automatizzata.

Thank You Thighmaster toccò immediatamente un nervo scoperto in Europa e fu esposta nel 1993 nell'ambito del progetto Stedelijk Museum Bureau Amsterdam (SMBA), appena inaugurato, realizzato dalla preminente istituzione culturale neerlandese di arte e design moderno e contemporaneo per rispondere all'energia creativa esplosa negli Anni 90. A testimonianza della chiusura del cerchio con *Can Love Be a Photograph*, si apprende dal catalogo che, oltre trent'anni fa, l'attuale direttrice del Kunstmuseum Den Haag, Margriet Schavemaker, era stagista presso lo SMBA e lavorò proprio all'installazione di *Thank You Thighmaster*. La capacità di Inez & Vinoodh, fin dagli Anni 90, di sovvertire le convenzioni e il linguaggio della fotografia di moda è anch'essa parte integrante della mostra. Le immagini del loro rivoluzionario editoriale del 1994 *For Your Pleasure*, pubblicato sulla rivista indipendente britannica *The Face*, sono sparse per le sale: movimentate e complesse, continuano a catturare la nostra attenzione. Usando scatti d'archivio come sfondo, i due hanno ironicamente criticato l'ascesa mainstream di visual sorprendentemente generiche, preconfezionate e perfezionate in digitale. Ogni foto rivela la loro caratteristica attenzione maniacale ai dettagli e la maestria con cui hanno scelto, vestito e diretto i modelli affinché abitassero queste scene simulate in maniera credibile, anticipando l'impatto che post-produzione digitale e data capture avrebbero avuto nei decenni a venire.

«Se dovessimo mostrare solo un'immagine, sarebbe *Me Kissing Vinoodh (Passionately)*. Diventare un'entità unica è un concetto così bello che ricorre nella storia dell'arte»











Sopra, da sinistra, *Cindy Sherman* (2019), *Vivienne Westwood Fur - Kym* (1994), *Rianne Van Rompaey / H.A.L. 9000* (2019) e Maggie Rizer in uno scatto per la P/E 98 di Yohji Yamamoto. Incorniciata dalla porta, *Donut, Kym (for Vivienne Westwood)*, 1994. "Una foto non è mai la vita reale, è sempre una scelta. Noi vogliamo costruire una realtà attorno alla persona", hanno detto i due creativi.



Fra le costellazioni tematiche che compongono l'esposizione, articolata in 18 sale, una sezione è dedicata alle campagne per le Maison e alla produzione editoriale, da *The Face* (in alto a sinistra), per cui nel 1994 realizzarono il rivoluzionario servizio *For Your Pleasure*, a *Harper's Bazaar Italia* (in alto a destra, la cover del numero di novembre 2025).

GARAGE
GARAGE N°4 Magazine
FALL/WINTER 2013
VOTE! VOTE! VOTE!
ELECTION 2024
SPECIAL SECTION
Rolling Stone
Issue 1392
October 2024
A Star Is Born
CHAPPELL
ROAN
SPÉCIAL
INEZ &
VINOODH

Ho incontrato Inez & Vinoodh per la prima volta a New York nel 1998, accordandomi per una visita al loro ufficio-appartamento. Curavo per il V&A di Londra un progetto intitolato *Imperfect Beauty: The Making of Contemporary Fashion Photographs* e raccoglievo interviste biografiche, soprattutto con fotografi, stilisti e direttori artistici protagonisti di quel momento energico e plurale nella storia della creazione dell'immagine di moda. Loro non erano ancora la coppia creativa affermata che stavano per diventare: in una cultura che continuava a preferire la semplicità di un singolo autore, Inez era la fotografa e Vinoodh lo stilista. Arrivata, ricordo distintamente che lui mi chiese sottovoce se volevo restasse per partecipare all'intervista di lei. Rileggendo la trascrizione, mi ha colpita quanto fossero eccitati dalla prospettiva di sperimentare con le videocamere ed estrarre fotogrammi dai filmati, precorrendo l'adozione su larga scala del cinema digitale, la nascita dei fashion film e delle piattaforme online. Mi rendo anche conto che il loro messaggio è rimasto invariato, che parlavano del "fashion work" come di una sorta di sketchbook per le opere a venire e dei media di moda come di uno spazio in cui continuare a "imparare il linguaggio delle immagini". Ascoltandoli raccontare *Can Love Be a Photograph* e descrivere la moda come «un linguaggio per dire qualcosa sulla persona che stai guardando in foto», mi sono ritrovata a provare la stessa curiosità ed energia di trent'anni fa.

La mostra è la chiusura di un cerchio anche nel ritorno alla duratura collaborazione con quello che è forse l'altro più famoso duo della stessa generazione ad avere attraversato arte e moda: Mathias Augustyniak e Michaël Amzalag, che hanno fondato M/M (Paris) nel 1992. L'identità grafica e il catalogo sono il risultato del rapporto tra due coppie di creativi che nel suo saggio Augustyniak descrive come simile a "un'orchestra da camera visiva". *Can Love Be a Photograph* ripercorre i loro progetti insieme, includendo gli straordinari scatti dei primissimi lavori, risalenti alla fine degli Anni 90, realizzati per i lookbook delle collezioni di Yohji Yamamoto, fra le massime espressioni nella creazione delle immagini di moda. C'è anche il video del brano *Hidden Place* di Björk, che hanno co-diretto nel 2001, sempre magnetico nel close-up ravvicinato, concentrato sulla presenza fisica e l'interiorità emotiva dell'artista islandese. Il cuore strutturale della mostra è il continuo botta e risposta tra il lessico fotografico di Inez & Vinoodh e la sua trasformazione in alfabeti tipografici compiuto da M/M (Paris), un nuovo linguaggio iniziato con *The Alphabet*, nel 2001, che ha radicalmente cambiato le regole del dialogo tra la produzione di immagini e la direzione artistica.

«Per noi la parte più eccitante è sovvertire l'idea dell'"istante decisivo" e alterare ciò in cui crediamo, trasmettendo un messaggio sull'amore, la bellezza e l'identità»



I livelli di collaborazione e l'intensità degli scambi con i propri soggetti e con schiere di creativi assumono un significato emotivo profondo per Inez & Vinoodh, mentre riflettono sull'energia collettiva e celebrativa della serata inaugurale al Kunstmuseum Den Haag. Sono pieni di gratitudine, stupore e meraviglia per la partecipazione di così tante persone al loro percorso lungo quattro decadi. Mi raccontano che «tutto ciò che si vede in questa mostra e in questo catalogo è merito delle persone che ci sono dentro e dei visitatori che portano qualcosa di sé. Quello che ci spinge a continuare è la triangolazione tra noi, chi posa in studio e lo spettatore. È questa la cosa che ci importa di più». Nonostante tanta sperimentazione e avanguardia, e quella comprensione quasi profetica delle potenzialità delle nuove tecnologie di imaging e comunicazione, è innegabile che alla base di *Can Love Be a Photograph* c'è un'idea essenziale della fotografia. Sono visibilmente commossi dalla risposta emotiva dei primi visitatori e dalle reazioni alla loro interpretazione curatoriale della pratica fotografica e ai modi in cui manifestano la duratura capacità del mezzo di catturare l'energia fugace di scambio e connessione umana. «Per noi la parte più eccitante è sovvertire l'idea dell'"istante decisivo" e alterare, trasformare e riproporre ciò in cui crediamo, trasmettendo alla cultura visiva un messaggio sull'amore, la bellezza e l'identità. Tutto insieme». Fra i lavori esposti, gli autoritratti sono quelli che forse esprimono meglio la definizione che i due danno in questo momento della loro pratica artistica.

In particolare, *Me Kissing Vinoodh (Passionately)* del 1999, una visualizzazione fisicamente grandiosa ed esistenziale del loro amore, dell'inseparabilità e della paura di perdersi, con Vinoodh rimosso digitalmente dall'immagine nel bel mezzo del bacio, lasciando una Inez distorta e parzialmente cancellata. «Se dovessimo mostrare solo un'immagine, sarebbe questa. È al centro del nostro lavoro e incarna l'idea di fonderci l'uno nell'altra, cancellando l'ego. Diventare un'entità unica è un concetto così bello che ricorre nella storia dell'arte e coglie quella sensazione di non esistere davvero senza l'altro». Nell'ultima sala, un murale fotografico che dà il titolo alla retrospettiva ritrae il figlio adulto, Charles, catturato in uno scatto con il cellulare. Immerso nella natura e in una luce abbagliante, sembra una gigantesca divinità solare che protegge una campana di vetro ai suoi piedi, contenente la fotografia originale del bacio tra Inez e Vinoodh e ciò che quei genitori amorevoli vedono come l'incarnazione del futuro in lui. In definitiva, *Can Love Be a Photograph* è una lettera d'amore a quel futuro, frutto del necessario processo di riflessione sul passato che ha portato alla realizzazione di questa mostra. Inez & Vinoodh sono consapevoli che rappresenta un momento di svolta nelle loro vite creative. «Quando ci si trova a riflettere su quarant'anni di lavoro, ci si rende subito conto di tornare sempre alle stesse idee. Ma si capisce anche che tutte queste opere costituiscono la base di partenza per crearne di nuove nei prossimi quaranta, consci che l'amore è l'unica cosa reale». B

Translation
ALICE PROVENGHI



«Quello che ci importa di più è la triangolazione tra noi, chi posa in studio e lo spettatore». Nella loro riflessione stratificata su genere, identità e bellezza, ogni scatto è una forma di autoritratto condiviso che si compone fra nature morte floreali e monumentali volti, fra cui quelli di Tilda Swinton, Kendrick Lamar, Anohni, Prince e Kate Moss (in queste pagine).



SOPHIE THUN/COURTESY OF RAW MATERIAL COMPANY

UNA BIENNALE che arriva come un'eco. ***In Minor Keys***, concepita da Koyo Kouoh e realizzata postuma, si accorda su frequenze intime, come se l'urgenza di oggi fosse abbassare il volume del mondo. Si presenta come una partitura disseminata: 111 partecipanti che si cercano per risonanza, attraversando geografie e genealogie senza gerarchie. L'arte non è chiamata a spiegare, ma a generare stati: incantamento contro cinismo, rêverie contro accumulazione. È una Biennale veneziana che sembra voler sospendere l'impulso enciclopedico per restituire spazio all'ascolto, alla percezione. Nel cuore di questo dispositivo sono introdotte due figure chiave: Issa Samb (nella foto) e Beverly Buchanan. Cofondatore del Laboratoire Agit'Art a Dakar e mentore di Kouoh, Samb ha incarnato una pratica anti-oggettuale, in cui l'opera coincide con il gesto, la parola, la comunità che la attraversa. Buchanan, che Koyo aveva incontrato più di recente, rilegge luoghi segnati da memorie storiche irrisolte con un approccio anti-monumentale. Condividono un modo di intendere l'arte come forza generativa, refrattaria alla museificazione, e insieme danno vita nel padiglione centrale a una contro-narrazione ostinatamente relazionale. Nata da una riunione a Dakar, sotto un albero di mango, *In Minor Keys* porta con sé l'idea di una mostra che, più che occupare spazio, lo lascia risuonare. In tempi di saturazione, è il gesto più radicale. Dal 9 maggio al 22 novembre.



ANDREA ROSSETTI/COURTESY OF THE ARTIST AND SPAZIOA (PISTOIA)

LA MOSTRA *Con te con tutto* è un invito al Parnaso di **Chiara Camoni**: divinità minori in ceramica e scarti industriali in dialogo con opere di artisti come Fausto Melotti, Marisa Merz e Alice Rohrwacher occupano il Padiglione Italia durante la 61a Biennale Arte (sopra, *Venere*, 2025).



FEDERICA SASSO

È UN ATTO di conciliazione alchemica. I nuovi *Gucci Glow Oil-In-Water Tint* coniugano due elementi che normalmente, in chimica, vengono definiti immiscibili: l'acqua e l'olio. Eppure, custodite in eleganti astucci avorio e oro, le tinte labbra di **Gucci Beauty** riescono a unire il comfort di uno con il finish effetto bagnato dell'altra, amalgamando il tutto in una texture leggera e luminosa. Disponibili in otto tonalità, sono inoltre arricchite con attivi idratanti e rimpolpanti come l'acido ialuronico e i biopeptidi di mirtillo.

Edited by
CHIARA BARDELLI NONINO

Daisuke Nakazawa offre al maestro il tamagoyaki con trepidazione. Ha perso il conto di quanti ne ha preparati: almeno duecento. Guarda Jiro Ono dare un morso: un piccolo cenno di approvazione. Dopo mesi e mesi, ce l'ha fatta. Piange. >

OLTRE CHE UNA STAGIONE, l'estate è una condizione percettiva: un modo di abitare il tempo e, di conseguenza, il corpo. È da questa premessa che prende forma la collezione *Days of Summer 2026* di **Prada**, che dà vita a un guardaroba apparentemente iperclassico per poi intervenire sulle proporzioni, sulle associazioni e sui materiali, alterandone inevitabilmente la lettura. Il risultato è un sistema di contraddizioni controllate e saldamente ancorate all'universo del brand, come la *Bonnie* (a destra), una borsa dalla silhouette allungata che gioca su un'alternanza di verticalità e orizzontalità impossibile da ignorare. Tensione, questa, che attraversa l'intera collezione, in un gioco sullo spazio negativo che intercorre tra accessorio e corpo, abito e persona.



FEDERICA SASSO. *LITTLE DARK* BY CAMILLE ROMAGNANI/COMMON SENSE GALLERY

Questa scena del documentario *Jiro e l'arte del sushi* riassume in pochi fotogrammi la filosofia del primo sushi chef a ottenere tre stelle Michelin. Nel minuscolo ristorante di Ono, accanto a una stazione della metro, gli apprendisti imparano poche, semplici regole: la ripetizione come strada per raggiungere l'eccellenza, la soddisfazione della disciplina, l'approccio quasi monastico alla propria arte. >



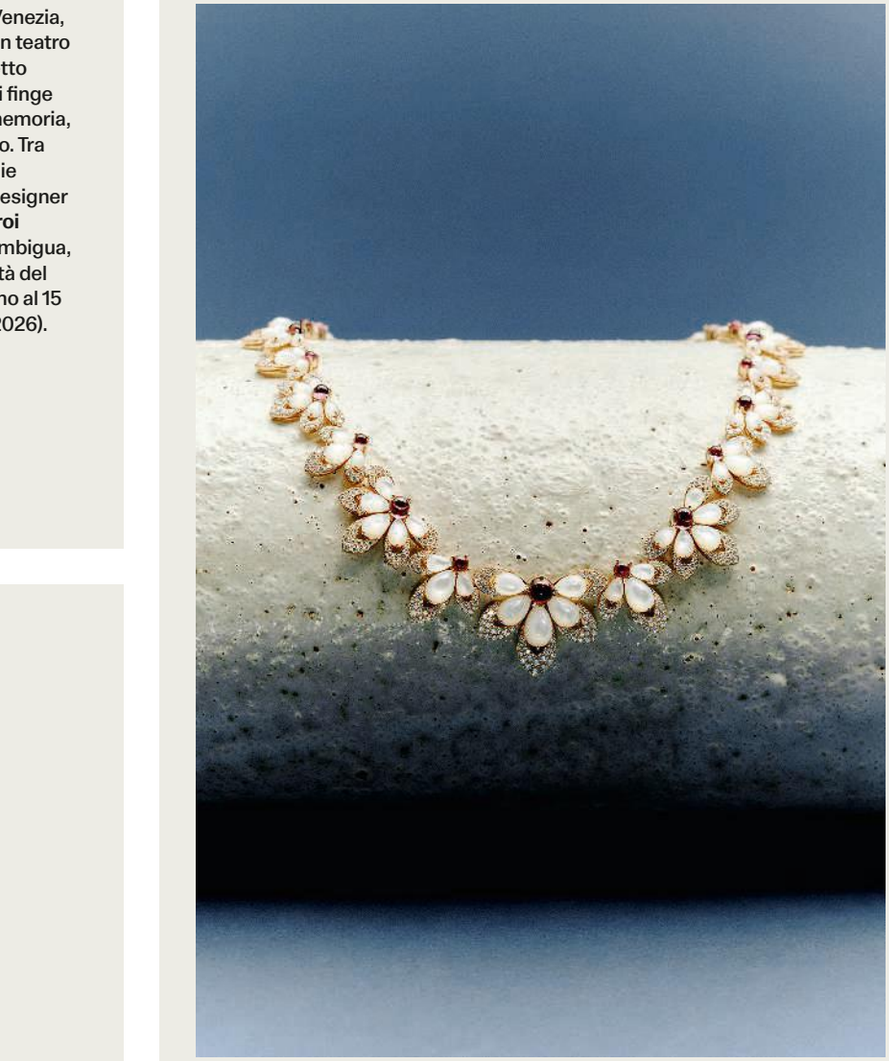
FILIPPO ROSSI - MARCO CAPPELLETTI STUDIO/COURTESY OF THE ARTIST AND SATINE (VENEZIA)

ALLA GALLERIA Satine di Venezia, *Bugie* si costruisce come un teatro domestico dove ogni oggetto mente con grazia: il rame si finge cartone, il decoro simula memoria, il gusto scivola nel sospetto. Tra paraventi-cancello e reliquie vernacolari, l'artista e set designer **Valentina Cameranesi Sgroi** orchestra una seduzione ambigua, in cui il falso rivela la fragilità del reale. Su appuntamento, fino al 15 maggio (a sinistra, *Nastri*, 2026).



FEDERICA SASSO. *WHISPER* BY ETRA MASI/COMMON SENSE GALLERY

SECONDO UN'INDAGINE della piattaforma di ricerca globale GWI, la Gen Z prova nostalgia per gli Anni 90 pur non avendoli vissuti. Questo perché, probabilmente, li percepisce come più autentici e meno saturi di tecnologia. Ecco spiegato il ritorno delle fragranze della famiglia fruttata, tanto amata nel passato, interpretate però in versione contemporanea. È il caso di **Lancôme** *Idôle Peach'N Roses*, dove la pesca si intreccia alla rosa evocando il primo morso di un frutto maturo. **Tom Ford** firma invece *Figue Érotique*, un racconto olfattivo che segue il fico dalla sua freschezza acerba alla pienezza di fine estate. Infine, in *Impadia* di **BDK Parfums**, la pera apre la composizione con un accento inatteso.



FEDERICA SASSO

AL BIANCORE DEL TIARÉ, il fiore posto tra i capelli corvini delle donne polinesiane, **Roberto Coin** ha dedicato un'intera collezione, trasformando l'incanto naturale della *Gardenia taitensis* in luminoso sfarzo visivo. La delicatezza dei petali entra in contrasto con le pietre scelte, dalla madreperla ai diamanti e alla rubellite (sopra) per dar vita a gioielli che uniscono forza e candore. I pezzi includono collier e pendenti, bracciali e anelli, in un'alternarsi di pietre dure, diverse per opacità e taglio, e diamanti di qualità eccezionale, sottile fil rouge della collezione. In ogni manufatto, appaiono disposti in file luminose, create per circondare i petali e ottenere gioiosi riflessi, che portano lo sguardo irrimediabilmente verso il pistillo. Come un'ape attratta dal nettare.

made in baxter

photography by Andrea Ferrari



www.baxter.it

baxter
MADE IN ITALY

Guardando le tre stampe al platino di Giovanni Stefano Ghidini, in mostra nella project room di Fondazione ICA Milano, viene in mente qualcosa di simile. In quei girasoli appassiti, trasformati in fragili sculture antropomorfe, in quelle cornici fatte a mano dall'artista, si nasconde qualcosa di ostinatamente ascetico che parla dell'essenza stessa della fotografia. >

RICONNETTERSI alla terra con gestualità di benessere quotidiane: la filosofia di **Aman Skincare** è trasportare la mente in luoghi lontani con rituali dedicati alla cura della pelle, ispirati ai programmi spa dell'omonimo circuito di hôtellerie. Forte di ingredienti come il palo santo, la polvere di perla e il sale dell'Himalaya, la linea dedicata alla purificazione del corpo include il *Grounding Amethyst Scrub & Soak,* con ametista in polvere, e lo *Smoked Body Butter*, ricco di burro di murumuru dell'Amazzonia (su *beautyaholicshop.com*).

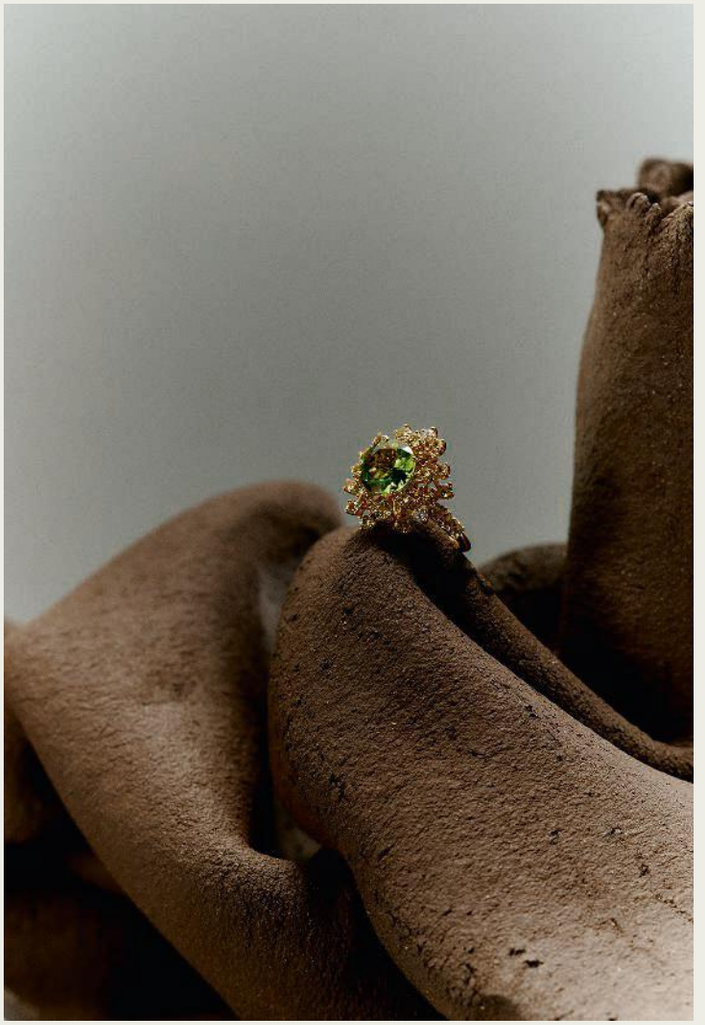


FEDERICA SASSO, *LITTLE DARK* BY CAMILLE ROMAGNANI/COMMON SENSE GALLERY

SOGNARE in equilibrio: la Fondation Louis Vuitton celebra il centenario dell'arrivo di **Alexander Calder** in Francia con la retrospettiva *Calder. Rêver en équilibre*. Il percorso segue l'artista dagli anni parigini del *Cirque Calder* – con le sue figure in filo, animate come un teatro portatile – fino ai grandi "mobiles" e "stabiles" degli Anni 70, dove il movimento diventa struttura su scala urbana (sotto, *Apple Monster*, 1938). L'allestimento ruota attorno a nuclei precisi: le prime sculture lineari, i "mobiles" attivati dal vento, le *Constellations* in legno dipinto, i gioielli pensati come micro-sculture indossabili. Una lamina rossa che oscilla sopra la testa, una struttura nera che taglia lo spazio all'esterno, una sequenza di elementi che reagiscono a correnti quasi invisibili: tutto è calibrato su un equilibrio mai risolto, dove ogni variazione – un passaggio d'aria, un cambio di luce – rimette in gioco l'opera. Fino al 16 agosto.



TOM POWEL IMAGING/COURTESY OF CALDER FOUNDATION (NEW YORK)/ART RESOURCE (NEW YORK)



FEDERICA SASSO, *TANGLED TUBE* BY KASSANDRA WIDMARK UTAS/COMMON SENSE GALLERY

"UN'IMPRESSIONE di caos apparente". Così **Damiani** presenta la collezione *Mimosa*, ispirata a uno dei fiori-simbolo di primavera: pietre preziose si organizzano in un pulviscolo vivace come solo la natura sa essere, in un gioco di volumi che si espandono e si restringono animati dal respiro primordiale della terra. Eterogenea e sfaccettata come un reticolo cristallino, la raccolta instilla un senso di accumulo governato, di prossimità cercata tra tagli e forme che trovano, nello stare vicini, una logica invisibile a distanza. Caos apparente, appunto. L'idea di costruire la tridimensionalità del gioiello attraverso l'inquietudine controllata delle superfici fa sì che le pietre si "sollevino", lascino passare la luce, finiscano per restituirla rifratta e perfetta. Il vuoto è calcolato, al pari del pieno. Nel fiore, ogni pompon è un'aggregazione di gemme calibrate in elementi minimi preziosi e puri. La collezione – composta da anelli (sopra, in oro giallo, diamanti, zaffiri gialli e peridoto), bracciali, orecchini, collane, orologi – ragiona su quella stessa scala: il dettaglio disordinato, la proporzione risolutrice.



CAROLINA HERRERA

Il progetto, esposto per la prima volta, prende il nome dall'indirizzo newyorkese in cui l'artista ha vissuto per decenni: *52 Ludlow*. Su quel tetto anonimo nel Lower East Side Giovanni Stefano Ghidini ha coltivato per venticinque anni, all'insaputa del proprietario, un giardino di girasoli. D'estate raggiungevano anche i due metri d'altezza. >

C'È UN VASTO REPERTORIO fotografico di Charlotte Rampling che, negli Anni 70, indossa giacche-camicia in contesti molto diversi, con totale nonchalance. Quella stessa attitudine riemerge oggi nella P/E 26 di **Tagliatore**, il cui scopo sembra essere definire un guardaroba più che mai aperto all'uso reale. I capi seguono il ritmo della giornata senza forzarlo, si inseriscono a ogni ora senza perdere credibilità. Per Pino Lerario la sartorialità, scavata nel profondo, resta un punto fermo. La si ritrova nella precisione delle linee, nella qualità dei materiali, nel modo in cui i volumi avvolgono il corpo senza costringerlo. Dà forma a un insieme coerente, con capi che misurano l'eleganza nella continuità, nell'assenza di attrito. La giacca-camicia è fra le espressioni più immediate di questo delicato gioco di equilibri, che tiene insieme costruzione e leggerezza. In questa superficie, in apparenza così semplice, si riconosce il senso di una collezione tecnicamente complessa, al limite del bespoke.



FEDERICA SASSO



FEDERICA SASSO

L'ARTISTA e biologa marina Oriana Poindexter crea opere utilizzando alghe raccolte da lei stessa ed esposte al sole su carta fotografica: "Sono complesse a livello organico ed estetico. Le culture costiere le hanno sempre usate in diversi ambiti". Così è anche in cosmetica: il *Brightening Serum Supreme* di **Clé de Peau Beauté** è un sea cocktail anti-age con un estratto di una rara alga delle barriere coralline francesi. *The Rejuvenating Eye Cream* di **La Mer**, invece, contiene il complesso RPC-6, per rafforzare l'area perioculare. Infine c'è il contorno occhi *White Caviar Light Infusion Eye Serum* di **La Prairie**, con attivi marini e micro-nutrienti di caviale.



BAM

DIARIO VENEZIANO trasforma la città lagunare in un autoritratto corale: 500 abitanti affidano parole e oggetti a un'opera partecipata ideata da **Emilia Kabakov** (sopra) con lo scomparso Ilya. A Ca' Tron dal 9 maggio al 28 giugno.

Crafting emotions

One invention at a time



BREGUET
1775

A.-L. Breguet ha ridefinito l'arte dell'orologeria con le sue invenzioni. La sua ricerca della perfezione continua ad ispirare coloro che plasmano il futuro. La Reine de Naples 8918 celebra questa straordinaria eredità, rendendo omaggio al primo orologio da polso

breguet.com

D’inverno venivano trasferiti dentro il piccolo appartamento, dove prendevano lentamente sembianze umane. In primavera, le figure erano riportate all’esterno e fotografate contro un muro scrostato. La serie, iniziata nel 1997, si è sviluppata come un rituale a lungo termine: seminare, far crescere, osservare, intervenire e infine trattenere, attraverso la fotografia, ciò che inevitabilmente sfiorisce. >



FEDERICA SASSO, *TOWER* BY SANNA HOLMBERG/COMMON SENSE GALLERY

DAL GIARDINO DELLE MUSE al giardino quale musa: la collezione *Aurea* P/E 26 di **Peserico** trae ispirazione da questo concetto simbolico, mitologico e letterario, per trovare nella natura un principio ordinatore. Il giardino, del resto, è da sempre l’hortus conclusus che si oppone alla selva indomita, uno spazio di equilibrio in cui crescita e controllo convivono. Ed è proprio da questa dialettica che prende avvio la nuova collezione, punta di diamante del marchio, arricchita da finiture sartoriali e tessuti pregiati: steli che si fanno ricamo, foglie che si dissolvono in pattern leggeri, stratificazioni di organza e crêpe de chine che costruiscono profondità senza mai appesantire. Un senso di leggerezza amplificato dalla luce, chiamata in causa dall’impiego di paillette diffuse come riflessi sull’acqua, mentre i tulle sfrangiati e i ricami manuali catturano e rilasciano bagliori intermittenti, in un equilibrio misurato tra presenza e dissolvenza.

In questa logica espansiva si inseriscono tutti i materiali usati: chiffon creponne, jacquard effetto fané, gazar e laminati introducono una dimensione tattile che sfugge alla perfezione levigata, privilegiando superfici vive, attraversate da vibrazioni continue. La palette si muove tra neutri minerali – beige sabbia, bianco fiore di pampas – e profondità più sature, come il verde ardesia e il blu notturno, addolcite da sfumature rosa e argento. La moodboard è un chiaroscuro da cui emerge la camicia in organza con risvolti ampi sul colletto (a sinistra). Oggetto e progetto al tempo stesso, l’indumento si comporta come un organismo vivente, che si adatta e trasforma accondiscendendo al volere di chi lo indossa. Ed è proprio in questa capacità di tenere insieme costruzione e naturalezza che la collezione trova il suo punto di forza, restituendo un’eleganza che non imita semplicemente la natura, ma ne adotta il principio più essenziale: quello di mutare continuamente, senza perdere forma e coerenza.

BUCCELLATI ha scelto la Milano Design Week per presentare non un oggetto, ma un’esperienza: *Aquae Mirabiles*, un ninfeo temporaneo progettato da Balich Wonder Studio, curato da Federica Sala e abitato dagli affreschi di Luke Edward Hall, un racconto allegorico che attraversava le epoche, dalle testimonianze dell’antica Roma al banchetto leonardesco per le nozze di Ludovico il Moro. Il tema era la collezione *Caviar* – argenteria decorata con il motivo a microsfere – e la sua radice narrativa: la storia del caviale italiano, dalle acque marine alle tavole dei papi, dai ricettari rinascimentali alle leggende milanesi. Il ricorso all’immersività ha funzionato meglio del solito perché forma e contenuto coincidevano: un universo sottomarino costruito attorno a oggetti che replicano, nella loro superficie a sfere, la texture delle preziose uova di storione. Il motivo trova una delle sue espressioni più compiute nel *Cratere delle Muse* di **Gianmaria Buccellati** del 1981, dove vengono usati argento, oro, giada e zaffiri, e da lì percorre decenni fino a diventare il principio formale di un’intera, nuovissima linea per la tavola (a destra).



COURTESY OF BUCCELLATI

CASAMORATI

1888



TORINO - MILANO - PARIS - MONTE CARLO - LISBOA - BARCELONA - FRANKFURT - LONDON
DUBAI - KUALA LUMPUR - MYKONOS - JAKARTA

XERJOFF.COM

Ghidini ha dedicato un quarto di secolo a questa strana liturgia, accumulando metodicamente negativi che ha iniziato a stampare solo nel 2022. In un'epoca che consuma immagini con la stessa velocità con cui le produce, Ghidini sembra lavorare in controtempo. Il suo è un progetto di pazienza radicale, completamente fuori mercato. E forse, proprio per questo, necessario. >



IRENE FANIZZA

CARNE, CORPO, RITRATTO: nella monografica ***Jenny Saville a Ca' Pesaro***, 30 dipinti simbolo della Young British Artist (sopra, *Red Star Head IV*, 2006-11) e un ciclo inedito in omaggio ai maestri veneziani sanciscono il legame della pittrice britannica con l'arte italiana. Fino al 22 novembre.



FEDERICA SASSO. *TANGLED TUBE* BY KASSANDRA WIDMARK UTAS/COMMON SENSE GALLERY

UNA COLLEZIONE molto speciale, nata dall'interpretazione olfattiva degli appunti di Sergio Momo, founder del brand di alta profumeria **Xerjoff.** Si chiama *Sketchbook* ed è una linea di cinque fragranze con packaging gioiello creati a mano e con nomi che rimandano al numero di pagina del taccuino a cui sono ispirati.

Ogni jus è editato solo in 150 esemplari, e qualcuno è già sold out. Tra questi c'è *p.18*, un orientale speziato con rosa turca, violetta, bergamotto, vaniglia e tabacco. Un profumo che attrae e respinge allo stesso tempo, proprio come il suo flacone avvolto da un filo spinato dorato e realizzato in vetro da sapienti artigiani toscani.

ATTRAVERSO un montaggio serrato di immagini tratte da cinema, social media e cultura popolare, *Helter Skelter* – alla Fondazione Prada di Venezia dal 9 maggio al 23 novembre – mette in relazione due dei più importanti artisti americani viventi, **Arthur Jafa** e **Richard Prince**. Tra installazioni e video, il percorso costruisce una narrazione discontinua dell'immaginario americano, dove identità, desiderio e violenza si intrecciano. Le opere si contaminano per affinità e attrito, trasformando l'appropriazione in un linguaggio che espone le tensioni profonde della cultura visiva contemporanea (sotto, *Big Wheel II*, 2018, di Arthur Jafa).



ARTHUR JAFA

NEL CUORE del Negozio Olivetti di Venezia, **Leandro Erlich** orchestra una tassonomia impossibile: farfalle con ali-orecchie, cervelli che si avvitano in lumache, cavoli che si fanno architettura. Come sottolinea il testo di Emanuele Coccia che accompagna la mostra *Hybrids*, l'arte mescola identità diverse: nelle metamorfosi di Erlich materia industriale e logica organica si confrontano e confondono. In dialogo con Carlo Scarpa, ogni ibrido incrina l'idea di funzione, suggerendo che evoluzione e progetto condividano una stessa, ostinata lentezza (a destra, *Caracol - The Pace of Evolution Year*, 2021).



COURTESY OF LEANDRO ERLICH STUDIO

PASSIONE SARTORIALE VENETA
DAL 1962



MADE IN ITALY | PESERICO.COM

PESERICO

Perché ci ricorda che la bellezza è un processo che richiede tempo, disciplina, e una certa forma di fede. B

Photos: Federica Sasso.
Art Consultant: Martina Uderzo.
Light Director: Luca Baldini.
Digital Operator: Leonardo Galeotti.
Image Research Assistant: Amira Rossi.

Styling: Camilla Sossi.
Stylist Assistant: Florencia Greco.



BILL JACOBSON STUDIO/ARS/ADAGP/COURTESY DIA ART FOUNDATION

DIA ART FOUNDATION celebra Lee Ufan con due esposizioni unisone a New York e a Venezia (9 maggio-22 novembre). Nelle otto sale dello **SMAC** alle Procuratie Vecchie, un'installazione site-specific inedita e opere-manifesto di oltre 70 anni di ricerca (sopra, *Relatum (formerly Iron Field)*, 1969-2019).



FEDERICA SASSO. *B&W* BY LISA HARTWIG ERICSON/COMMON SENSE GALLERY

NEL 1966 Paco Rabanne presenta all'Hotel Georges V di Parigi la sua prima collezione. Dodici abiti in metallo, con pinze e tenaglie. Lo stesso codice ideato dal "metallurgico della moda" ritorna nel radiance booster 3-in-1 *V.I.P. Glow*. Formulato con Metalmesh™, una tecnologia firmata **Rabanne**, crea una texture effetto seconda pelle che fissa il make-up fino a 24 ore. «È il mio segreto numero uno nel backstage, da provare con il *Fresh Touch Foundation* per una pelle camera-ready», rivela Diane Kendal, Rabanne beauty creative director.



FEDERICA SASSO

STANDO AI BIOGRAFI, Elizabeth Taylor considerava orologi e gioielli categorie in tutto e per tutto affini. Non è dato sapere se dipendesse da questo il suo rapporto elastico con la puntualità – nel testamento dispose che il suo funerale iniziasse con un quarto d'ora di ritardo – ma un fatto è certo: Liz fu un'accorta collezionista di orologi. Tra questi spiccavano diversi **Rolex**, avuti in dono da Richard Burton. Non è difficile immaginare che a quella raccolta, oggi, si sarebbe aggiunto il *Perpetual 1908*, probabilmente il segnatempo più vicino al linguaggio della gioielleria mai espresso dalla Maison ginevrina.

Nella versione più recente con bracciale Settimo in oro giallo, articolato su sette file morbide e continue, l'orologio acquista una qualità tattile prima ancora che visiva. È un oggetto pensato per l'uso, agevolato da una cassa, sempre in oro, che misura 39 mm per 9,5 di spessore. Il fondello in vetro zaffiro, scelta rara per la Casa, mostra il calibro 7140, automatico, con spirale in silicio e 66 ore di autonomia. Il quadrante riprende il lessico degli Anni 30: numeri arabi a 3, 9 e 12, piccoli secondi a ore 6, lancette dal disegno classico. Anche il nome, *1908,* è particolarmente significativo. Riporta dritti all'anno in cui Hans Wilsdorf, bavarese trapiantato a Londra, registrò in Svizzera quel marchio nascente, destinato a cambiare per sempre la storia dell'orologeria da polso.

pesade





JOHN BERENS/ARS-NEW YORK/COURTESY OF THADDAEUS ROPAC GALLERY

"UN MODO per sovvertire una tecnologia egemonica è cooptarla per i propri fini". **David Salle** usa l'AI come un pennello, filtrando i suoi tapestry painting, in una nuova coniugazione della pittura. *Painting in the Present Tense* è a Palazzo Cini dal 5 maggio al 27 settembre (sopra, *Workplace*, 2025-26).



CLAUDIA MAURIÑO

SULL'ISOLA GIAPPONESE di Naoshima, al Benesse Art Museum si possono ammirare sfere d'acciaio inossidabile galleggiare su uno specchio d'acqua. In alcune case invece si può trovare una sfera decisamente più piccola, in alluminio e con piccoli forellini da cui esce una scia fumosa profumata. A metà tra un oggetto di design e un beauty tool, la *Sphere Incense Burner* pensata dal marchio concettuale **Curated By** trasforma il rituale dell'incenso in un'esperienza ipnotica. Una meditazione artistica formato pocket.



COURTESY OF BULGARI

IN GOLD & STEEL, **Bulgari** concentra la propria tensione più radicale nell'anello *B.zero1* (sopra). L'acciaio, con la sua lucidità urbana, non smorza l'oro: lo contraddice, lo accende. La spirale – eco industriale e memoria romana – costruisce una forma che vibra tra ingegneria e ornamento, disciplina e movimento. Il profilo sottile ne amplifica la vocazione quotidiana, mentre la struttura modulare invita a una libertà di composizione quasi istintiva, permettendo di scegliere tra una versione a quattro fasce e una a due. Un ritorno che non indulge alla nostalgia, ma riafferma la possibilità di reinventare il codice nel punto più essenziale: l'anello.



FEDERICA SASSO

IL GELSOMINO è sempre stato il fiore preferito dalla stilista **Carolina Herrera**. A raccontarcelo è sua figlia, Carolina A. Herrera, oggi direttrice creativa della Maison: «Era il profumo della pianta che cresceva in estate sotto la sua finestra. Ha ispirato innumerevoli creazioni, dagli abiti ai gioielli». Così, a dieci anni dal debutto dell'iconico *Good Girl*, il jus nello stiletto torna reinventandosi nella versione *Jasmine Absolute*, con note ancora più intense del fiore bianco e con toffee caramellato e fava tonka. Un accordo sensuale, per lasciare una scia indimenticabile.

research
PRECISION·MOLECULAR·SKINCARE

Rigenera la pelle con il Micro-Needling Cosmetico.



Formule avanzate con
milioni di Spicole Bioingegnerizzate
che agiscono come micro-aghi intelligenti
per una profonda stimolazione antiage
non invasiva.



VEGANOK
AZIENDA N.1080

MADE IN ITALY

Dopo 1 applicazione:
90% Pelle visibilmente **rivitalizzata***

Dopo 28 giorni di utilizzo:
80% Pelle più **rimpolpata** e **compatta***

*Test clinici eseguiti sotto controllo Dermatologico.

Trova l'Istituto più vicino per diagnosi e trattamenti professionali

www.researchskin.com

n. verde: 800-015422



ANDREA DEOTTO/COURTESY OF NUMERO 51 CONCEPT GALLERY AND NEW ART GUILD

GIOCATTOLO in soffice vinile, il sofubi è passato dalle mani dei bambini a quelle di artisti e collezionisti. La mostra *New Art Guild - Sofubi Ten: Shigeru Arai Tribute Exhibition* alla galleria **Numero 51** di Milano celebra NAGNAGNAG (pseudonimo di Arai), che più di tutti ha contribuito a sublimarne l'immaginario unendo il toy design a un'estetica underground (a sinistra). Fino al 7 giugno.



FEDERICA SASSO. *TOWER* BY SANNA HOLMBERG/COMMON SENSE GALLERY

OGGETTI DEL DESIDERIO, tascabili: sono i profumi solidi dalle forme ibride da mettere in borsetta come la versione on the go di *L'Interdit* di **Givenchy**, un jus in stick racchiuso in un astuccio signature simile per forma a quello di un rossetto. Altri invece combinano le essenze con formule concentrate vicine al mondo della skincare, come il parfume gel *Dolce Blue Jasmine* di **Dolce&Gabbana**, mentre è **Diptyque** con il balsamo *Orphéon* a riportare alla mente la tecnica dell'enfleurage. Dopotutto, «la bag è il backstage dell'identità, la storia personale», spiega la stylist Rebecca Baglini.



FEDERICA SASSO

IL MOSAICO è un modo antico di creare immagini che ha saputo unire la bellezza estetica a un'idea di trascendenza che esisteva nel gesto di incastonare una tessera accanto all'altra. Con l'ampliamento della collezione di alta gioielleria *Mosaico*, **Buccellati** non si limita a una citazione formale, ma vuole riattivare la memoria delle superfici musive delle basiliche con un riferimento strutturale, quasi archeologico.

"Con le nuove creazioni vogliamo offrire qualcosa di più: un'esperienza visiva e tattile che racconta una storia di cultura, passione e tradizione", racconta Andrea Buccellati, presidente onorario e direttore creativo della Maison. Anelli *Eternelle* in oro bianco e giallo con diamanti (sopra), orecchini, un bracciale: la collezione si organizza secondo moduli geometrici, scanditi da gemme che articolano il ritmo della composizione. È una trasposizione sottile, in cui la preziosità si gioca nell'equilibrio tra densità e rarefazione, rigore e leggerezza. Come se il disegno, lungi dall'essere concluso, trovasse compimento solo nell'atto, sempre rinnovato, di mescolarsi all'essenza di chi lo indossa.

*Nella foto **Stefania Maccani** di Beauty Line l'Evoluzione della Bellezza, **Elena Tonidandel** di The SPA at Solea, **Jessica D'Alonzo** di Beauty Concept by Jessica e **Romina Roccato** di Estetica Hollywood.*

VAGHEGGI
PHYTOCOSMETICI



Insieme siamo cosmetica di precisione

Stefania, Elena, Jessica e Romina scelgono ogni giorno Vagheggi perchè ha portato la Phytocosmetica nel futuro.

Scopri la rivoluzione della skincare e i nostri Centri Estetici

vagheggi.com



FEDERICA SASSO. *B&W* BY LISA HARTWIG ERICSON/COMMON SENSE GALLERY

SE L'IMMORTALITÀ è utopia, la skin longevity è una promessa sempre più concreta. **Guerlain** la interpreta con *Crème Légère de Longévité* potenziata dalla tecnologia Orchid Longevity™, dalle proprietà antiossidanti e antinfiammatorie. Sulla stessa scia, **Lancôme** firma la linea Absolue Longevity MD con *Intercept The Cream* e *The Serum*, dove l'urolitina-A interviene sui segni dell'età. Completano il rituale i due esfolianti mirati *Daily Peel* di **Filorga**: *Anti-dark spot* e *Anti-wrinkle*.



MARCOS LÓPEZ/COURTESY OF SPAZIO PUNCH

NEL CHIAROSCURO nascono i mostri. La galleria veneziana **Spazio Punch** si tuffa nell'oscurità con *Darkness Visible: The Long Shadow of Dictatorship*, un compendio di artisti argentini che hanno trasformato il gesto creativo in atto di resistenza (a sinistra, Liliana Maresca con una sua opera, 1983).

IL LAVORO di pittori e ceramisti ha un lato oscuro: mani maltrattate e pelle spesso disidratata. Ma ci sono formule pensate appositamente per loro: come la crema *Favorito* di **Claus Porto** (reperibile da Calé) che nel design ricorda i tubetti di tempera con una decorazione art déco. Le sue note floreali e golose richiamano i profumi della campagna portoghese: frutti di bosco rossi abbinati a una scia di rosa, patchouli e pepe. Un mix olfattivo che stimola i sensi e si declina anche in saponi, body wash e candele che agiscono positivamente sull'umore.



COURTESY OF CLAUS PORTO

CON L'INDONESIA come primo capitolo, il **Max Mara Art Prize for Women** entra nella X edizione inaugurando una fase nomadica e globale. Cinque finaliste, selezionate da una giuria internazionale guidata da Cecilia Alemani, riflettono su identità, ecologia e giustizia sociale (sotto, *Is It a Body Has No Walls and Has No Collapses* di Dian Suci). Il premio conferma la sua vocazione: offrire tempo, risorse e contesto per la produzione di nuovi lavori, costruendo connessioni tra scene artistiche distanti. In occasione della Biennale verrà annunciata la vincitrice della residenza in Italia. Il lavoro risultante sarà esposto al Museum MACAN di Giacarta ed entrerà nella Collezione Maramotti.



DIAN SUCI



COURTESY OF SHISEIDO

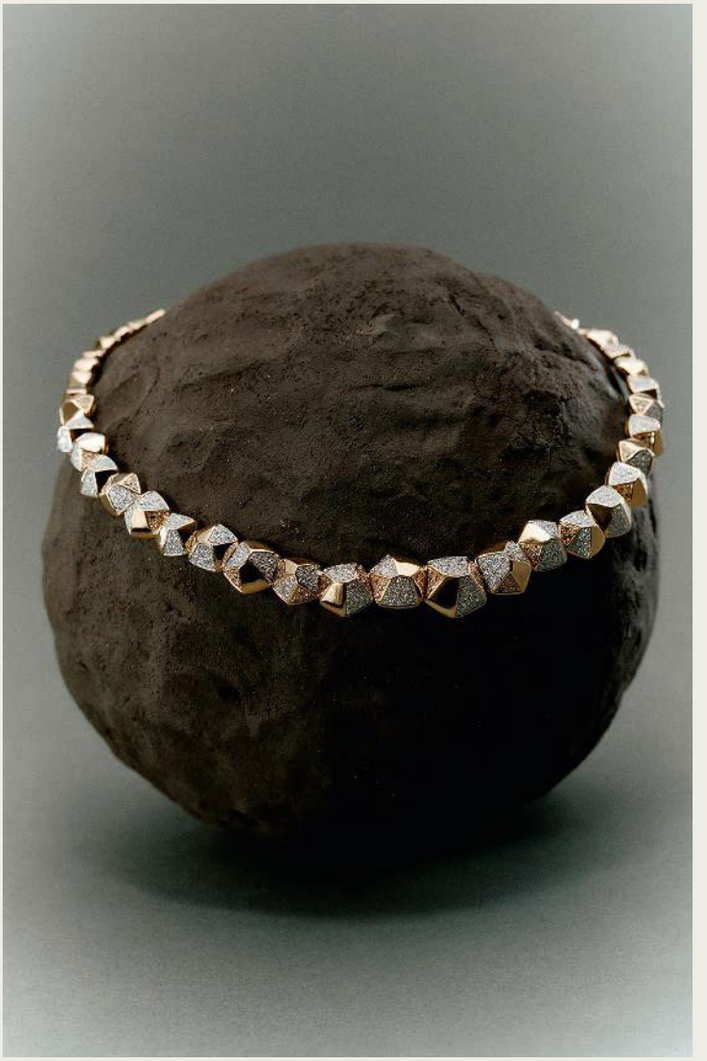
L'ARMONIA e l'equilibro dei giardini giapponesi karesansui diventano ispirazione per la nuova fragranza *Zen Essence* di **Shiseido**. Note di bergamotto e gelsomino si fondono con iris, vaniglia e legno di cedro in una composizione firmata dal naso profumiere Florian Gallo. E come gli elementi di quei parchi, ogni ingrediente della fragranza ha un suo significato preciso. Il flacone, per esempio, in vetro e legno, suggerisce una sensazione di calore e quiete: promemoria che, a volte, per ritrovare la pace interiore basta un velo di profumo.



MARKUS GRADWOHL

INDAGATORE ironico delle infinite variabili dell'innesto tra oggetto quotidiano e corpo umano, **Erwin Wurm** viene celebrato dalla monografica *The Dreamers* al Museo Fortuny.

Il palazzo veneziano, occupato dalle sue opere fuori scala, diventa così un laboratorio dell'identità contemporanea, concentrandosi sull'idea di abito come estensione scultorea del corpo (sopra, *Balzac*, 2023). Dal 6 maggio al 22 novembre.



FEDERICA SASSO. *LITTLE DARK* BY CAMILLE ROMAGNANI/COMMON SENSE GALLERY

NELL'ANTICHITÀ, il pentagono rappresentava il rapporto tra microcosmo e macrocosmo, nel Rinascimento l'espressione della relazione tra Dio e l'uomo. Ancora oggi, quella forma geometrica veicola un'idea di armonia tra gli elementi, che **Pomellato** ha ripreso per dare vita alla collezione di alta gioielleria *Pentagoni*, ora arricchita di un nuovo collier dalle proporzioni più discrete (sotto), su cui si alternano forme di diamanti bianchi e brown per delineare un chiaroscuro naturalmente tridimensionale. È integrabile con un bracciale in parure, ideato per dar vita a un contesto armonico che si costruisce nelle parti e si rivela nel tutto.

Ma è nell'alternanza calibrata di luci e ombre che questa linea rivela la sua unicità: l'angolatura delle pietre crea un'illusione di movimento, accentuata dalla singolare disposizione degli elementi in una sorta di catena ondivaga e modulare, con il pavé irregolare tipico della Maison. Un moto che si riverbera di forma in forma, di pentagono in pentagono, mentre la luce scivola lungo la superficie tridimensionale di geometrie perfette nella loro studiata imperfezione.



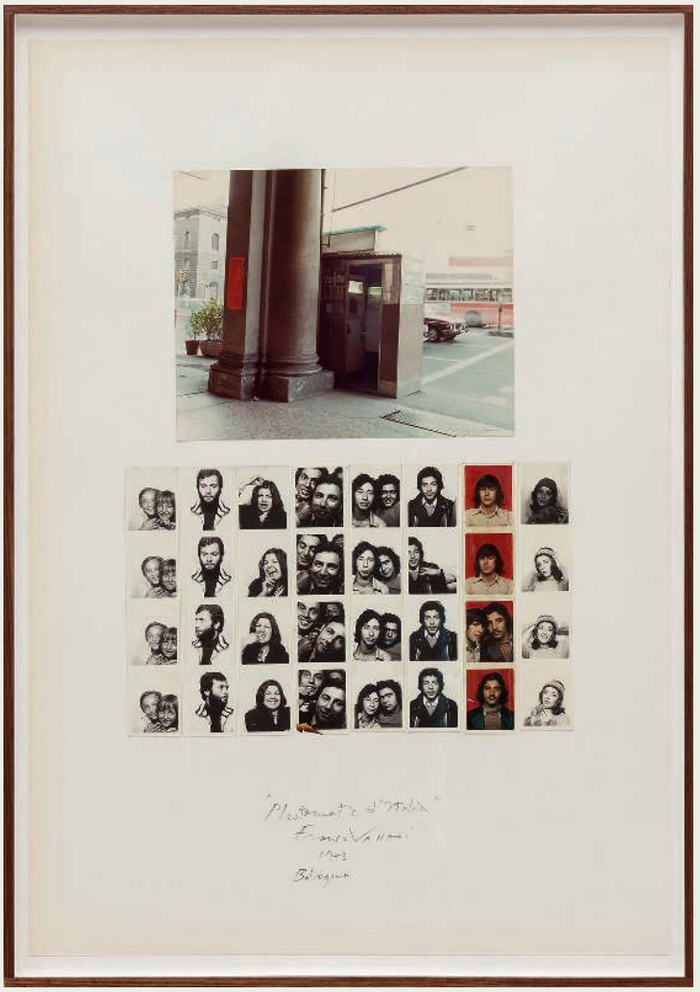
FEDERICA SASSO

IN UNA DELLE SCENE FINALI di *Pretty Woman*, Vivian/Julia Roberts veste un paio di jeans a vita alta abbinati a una T-shirt bianca e a un blazer nero: elastico e insieme strutturato, in quella sequenza il denim diventa un vero e proprio elemento narrativo, capace di riassumere nella semplicità di un look la complessità del personaggio. Una tensione che si ripete, intatta, nella nuova collezione **Guess Eco** *The Good Stretch*, sviluppata insieme a Candiani Denim, che trasforma il tessuto in un materiale innovativo unendo cotone rigenerato e Roica V550, una fibra stretch degradabile capace di garantire elevata elasticità e comfort con un impatto ambientale minimo. Lo stile del brand ne esce potenziato: modelli classici come il *Nicky Cigarette*, dal taglio slim ed elegante, l'*80s Straight*, ispirato al denim vintage, e il *Low-Rise Bootcut*, che richiama silhouette wild ma con influenze rétro, vengono reinterpretati nel pieno rispetto della natura senza perdere un grammo di appeal. L'immaginario western urbano, che la casa dei fratelli Marciano ha esportato su scala planetaria, è ben lontano dal dirsi esaurito.



COURTESY OF THE ARTISTS AND FONDAZIONE IN BETWEEN ART FILM

CON OTTO installazioni video site-specific inedite, ***Canicula*** è il capitolo finale della "Trilogia delle incertezze" che indaga l'affidabilità della visione, nel Complesso dell'Ospedaletto (Venezia, 6 maggio-22 novembre; sopra, still di *24 Landscapes + A Vision*, di Massimo D'Anolfi e Martina Parenti).



COURTESY OF PI420 (BOLOGNA)

AL MUSEION di Bolzano, ***Feedback. Gli ambienti di Franco Vaccari*** ricostruisce gli spazi dell'artista come dispositivi che generano esperienze, dove l'opera si trasforma in gesto del pubblico, dai bar partecipativi alle esposizioni in tempo reale (sopra, *Photomatic d'Italia*, 1973-74).



FEDERICA SASSO

UNA TRASFORMAZIONE d'autore. È un viaggio nell'arte della ceramica a ispirare la duplice veste della fragranza *Soie Malaquais* di **Dries Van Noten**. Un flacone parzialmente coperto con porcellana artigianale decorata finemente da un motivo naturalistico blu. Come un abito fluido, il jus creato dal naso Marie Salamagne ricrea la morbidezza avvolgente delle creazioni della Maison: l'accordo di castagna si apre con note gourmand di cacao e balsamo del Perù, mentre la delicatezza della seta vibra attraverso rosa aldeidata, ribes nero e cardamomo.

PROVOCAZIONE ed erotismo. A ridefinire il concetto di desiderio è il sensuale **Mienne**, brand creato da un collettivo di designer, chimici, artisti e amici, guidati da un mecenate misterioso. A far figurare Julia Fox, Lourdes e Parris Goebel tra le fan del marchio è il concept: far provare emozioni intense creando una connessione intima con sé stessi e con gli altri. Il coup de théâtre sono infatti le formulazioni dei beauty product, un mix di attivi performanti e ingredienti afrodisiaci. Come quelli contenuti nel sex serum e nella massage candle (nella foto).



COURTESY OF MIENNE



FEDERICA SASSO

CI SONO OGGETTI intrinsecamente attraenti, come il canto di una sirena a cui è impossibile sottrarsi. Per il teorico dei media Marshall McLuhan, tra questi ci sono gli occhiali da sole: un elemento che "disturba" lo sguardo, frammenta il volto e lo restituisce come un enigma, attivando immaginazione e desiderio. **Tom Ford Eyewear** sollecita esattamente quel potenziale. Nella nuova collezione, memoria e visione si intrecciano in un lessico di forme che riscrivono i lineamenti. Le montature alternano leggerezza e forza, attraversando registri diversi senza perdere coerenza: dalle silhouette più sottili e misurate, che sfiorano il volto con discrezione, ai volumi più pieni e sfaccettati, capaci di catturare la luce e restituirla in vibrazioni. Lo sguardo si intensifica nelle costruzioni più decise, con inserti, tagli e superfici lavorate che introducono una dimensione quasi tattile, mentre i frontali più compatti ridefiniscono le fattezze con precisione calibrata. Il tutto secondo la visione di Haider Ackermann, che imprime il suo tratto inconfondibile su un occhiale iconico fin dal debutto. Il modello da sole presentato in passerella – nero, con lenti a contrasto e il T logo effetto oro rosa – concentra questa tensione in una forma energica e avvolgente: un oggetto che di fatto dirige la luce, costruendo attorno allo sguardo una nuova intensità.



COURTESY OF MAISON MARGIELA

STUPISCE, ANCORA UNA VOLTA. **Maison Margiela** presenta la collezione *Scentsorium*: sei fragranze ideate da sette nasi che raccontano le emozioni umane tra furia, estasi, audacia e desiderio. Un progetto che segna di fatto l'ingresso dell'atelier nell'alta profumeria.



PAUL SALVESON/COURTESY OF THE ARTIST

FINO AL 2030, **Bulgari** è partner esclusivo della Biennale Arte di Venezia. Per inaugurare il ruolo, la Maison presenta un'installazione dell'artista canadese Lotus L. Kang (sopra, *Tract XXIV*, 2025) nel proprio padiglione, che trasformerà l'Esedra dei Giardini in un ambiente poetico e instabile, e una mostra di Lara Favaretto e Monia Ben Hamouda promossa dalla Fondazione Bulgari nelle sale monumentali della Biblioteca Nazionale Marciana.

LA TENSIONE fra osservazione e astrazione, nel pensiero di **Giovanni Raspini**, funziona come motore primo di ogni collezione.
Skin, per esempio, lavora su un'idea apparentemente semplice – la scaglia, l'epidermide animale – e la porta al punto in cui la citazione naturalistica smette di essere tale e si sublima in elemento astratto. Unire la doratura dell'argento alla luce diffusa della madreperla significa far sì che due regimi ottici diversi convivano nello stesso oggetto senza mediazioni. La tradizione orafa della fusione a cera persa, con la sua resistenza alla perfezione seriale, crea una visione contemporanea, un gioco che inverte le polarità, che vede la materia farsi luce e la luce farsi materia. Sette pezzi in tutto (a lato, il collier) per far sentire a chi li porta qualcosa di fisico, non solo di prezioso. La distinzione non è sottile ed è vero cuore del progetto.



FEDERICA SASSO



FEDERICA SASSO

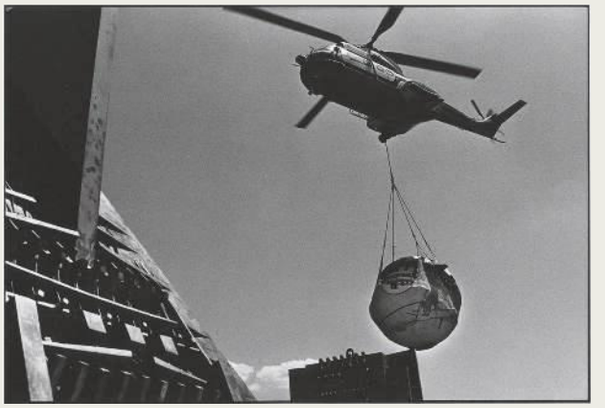
CHE DIFFERENZA c'è tra un alchimista e un artigiano incastonatore? A vederla come una job application parallela, i requisiti si assomigliano fino a sovrapporsi: equilibrio, misura, una sensibilità fuori dal comune per la natura delle cose. Forse solo il gesto cambia, invertendo la polarità: se l'alchimista cerca di trasformare la nuda materia in oro, l'artigiano mette quest'ultimo al servizio della materia, le pietre, per esaltarne la bellezza in un gioco di luci e ombre. Tra le mani degli incastonatori di **Chopard** il metallo prezioso si fa struttura, teso a sostenere la lucentezza delle gemme fino quasi a scomparire. Non è un caso, ma il risultato di una visione precisa della Maison, portata avanti da Caroline e Karl-Friedrich Scheufele, che hanno scelto di presidiare ogni fase del processo creativo per garantire continuità e trasmissione del savoir-faire. Come accade spesso nei racconti sulla creazione, prima dell'oggetto viene il modello. Il gioiello prende forma a partire da materiali duttili come la cera e lo stagno.

È nelle mani dei prototipisti che un'idea ancora trattenuta sulla carta acquista volume, peso, presenza. Passaggi che potrebbero essere affidati alla costruzione digitale, ma che la Maison continua a delegare al gesto ripetuto fino a diventare esperienza incorporata. Con questa scelta il pezzo acquista una qualità tangibile, una precisione che non è solo tecnica, ma anche, per così dire, "sensibile". Il gioiello non nasce da un atto isolato, ma da una stratificazione di saperi e intuizioni, dove ogni fase lascia una traccia invisibile ma essenziale. Come una memoria interna alla materia, che continua a vibrare sotto la superficie, restituendo alla luce non solo la brillantezza delle gemme, ma anche il pensiero, il tempo e la cura (a sinistra, una manchette d'alta oreficeria in oro bianco etico e diamanti certificati).



COURTESY OF THE ARTIST

15 DISEGNI inediti per 15 anti-bandiere, lontane dai nazionalismi e vincolate solo dal vento: è la nuova installazione di **Nathalie Du Pasquier** *Bandiere per Zefiro*, in mostra lungo la facciata est del Lingotto della Pinacoteca Agnelli.



COURTESY OF FONDAZIONE ARNALDO POMODORO

LA PRASSI è scolpire, la materia è l'archivio, l'esortazione è "coraggio, l'arte è lunga!". *Arnaldo Pomodoro. Una vita* è alle **Gallerie d'Italia** a Milano dal 29 maggio al 18 ottobre (sopra, trasporto della *Sfera grande* a Firenze, 1984).

"CI TROVIAMO nel periodo di passaggio dall'era delle cose all'era delle non-cose. Non sono gli oggetti, bensì le informazioni a predisporre il mondo in cui viviamo", affermava il filosofo Byung-Chul Han nel saggio *Le non cose* (Einaudi, 2022), che esplora la smaterializzazione del mondo e della sua "cosalità" in una nube di dati. È a partire da questa frizione che si può leggere il lavoro di **Elisa Insua**, artist-in-residence argentina presso lo Swatch Art Peace Hotel di Shanghai nel 2025. Il suo approccio si fonda su una logica di accumulo: elementi contemporanei e post-industriali (sotto, una foto), sono spesso realizzati con rifiuti, dalla plastica al metallo passando per il cartone, in un gesto politico che si articola come riflessione sui meccanismi del consumo e dell'eccesso.



JAKE HOMOVICH

In questo senso, nella pratica di Insua la materia non viene superata, ma riattivata: resa visibile nella sua stratificazione, resistenza e capacità di occupare spazio. L'impostazione richiama, indirettamente, lo stesso programma artistico di **Swatch**, sviluppato fin dagli Anni 80 attraverso collaborazioni eterogenee, atte a mettere in relazione linguaggi e ambiti differenti. Dalla prima con l'artista e fumettista Kiki Picasso, nel 1985, la Maison di Biel ha progressivamente costruito un vero e proprio manifesto attraverso partnership di valore – da Arnaldo Pomodoro a Annie Leibovitz, fino all'iconoclasta incursione di Pigcasso, la femmina di maiale pittrice originaria del Sudafrica – arrivando a un'ibridazione curatoriale che mette in discussione la distinzione tra low e highbrow. Il fil rouge conduce alla mostra ai Giardini Reali di Venezia *Flora Fantastica*, in programma dal 6 maggio al 26 luglio, che celebra tra l'altro la quindicesima edizione dell'Art Peace Hotel, lanciato nel 2011. L'esposizione riunisce cinque autori in un percorso immersivo che attraversa il mondo botanico, tra forme, colori e materiali in continua trasformazione. In quest'ambito si colloca anche *Ornamentalia criminalis* (2026), la scultura preparata da Insua: una forma astratta e rigogliosa interamente ricoperta di gioielli dismessi – charms, orologi e fibbie – che rilegge il tema dell'ornamento come dispositivo di attrazione e visibilità. Tra vanità, eccesso e spettacolo.
ARIEL CONTA



Esposizioni. Il titolo di questo numero riecheggia la Biennale, Venezia, i suoi Giardini, i molti padiglioni che per sei mesi costruiscono un mondo effimero fatto di arte. Riecheggia anche ciò che rende possibile la fotografia: il momento in cui la luce tocca una superficie e diventa immagine. Due significati che ci interessano in egual misura: l'esposizione come spazio, l'esposizione come origine.

Da quando abbiamo fondato M/M, abbiamo sempre considerato un libro o una rivista come uno spazio espositivo. Ne abbiamo costruiti più di cento. Non tutti sono riusciti, ma abbiamo imparato a giustapporre immagini e testi, a metterli in risonanza attraverso la scala, la tipografia, il linguaggio specifico della stampa. I nostri libri articolano i contenuti per permettere loro di viaggiare, anche nel tempo, preservando l'intensità dell'incontro. In questo senso, certe pubblicazioni sono una sorta di galleria, ma libera dalla fissità: più intima, più mobile, più duratura nella memoria.

Arte e moda hanno raggiunto l'apice del loro rapporto di amore e odio. Sono intrecciate creativamente ed economicamente. Dall'inizio del XXI secolo, i grandi marchi sono stati tra le forze più attive nella costruzione dell'ecosistema dell'arte: i loro direttori creativi sono spesso collezionisti, e le fondazioni dettano il ritmo del mercato. Eppure, quel mondo continua a mettere in scena il proprio disprezzo per la moda con un certo snobismo.

Quello che vogliamo celebrare qui è il linguaggio artistico intrinseco della moda: la fotografia di moda. I gesti davvero rivoluzionari impiegano tempo ad affermarsi al di là del loro contesto originario, e quest'ultima non fa eccezione.

È per questo che abbiamo invitato tre autori che hanno sempre lavorato al confine tra i due mondi. Paolo Roversi, Inez & Vinoodh, Juergen Teller: collaboriamo da oltre trent'anni, le loro immagini hanno accompagnato la formazione del nostro sguardo e sono intrecciate alla storia di M/M. Ciò che ci ha legati, nel tempo, è più una questione di convinzione che di stile: un'immagine non è mai isolata, ma si relaziona sempre ad altre per dar forma a mondi comuni.

Con loro abbiamo costruito molti dei nostri spazi espositivi di carta. Per la galleria permanente di Paolo Roversi al Museo d'Arte della città di Ravenna, inaugurata questo mese, abbiamo concepito il catalogo come un romanzo autobiografico visivo. Per Inez & Vinoodh, che hanno aperto da poco all'Aia una retrospettiva su quarant'anni di carriera, abbiamo creato un volume come versione in miniatura del museo stesso, una "boîte-en-valise" del loro lavoro. Per Juergen Teller, in questo numero, inauguriamo un formato nuovo: un Padiglione di Carta.

In questo padiglione nomade senza muri, insieme alla moglie e partner creativa Dovile, Juergen presenta un saggio visivo originale che esplora la banalità eloquente dell'odore, strettamente intrecciato ai vortici di Venezia, una città che richiama le viscere di un immenso animale marino che inghiotte ogni azione o attività umana, povera o lussuosa, aggressiva o sensuale. Una guida al luogo condotta dall'amore, dalla vita, dalla morte: il contributo dei Teller alla Biennale.

Se quest'ultima è un mondo di padiglioni, le riviste di moda sono state a lungo padiglioni portatili della cultura visiva contemporanea: spazi in cui immagini, scrittura, costruzioni tipografiche, gesti artistici e l'atto stesso del guardare coesistono senza dover risolvere la vecchia questione se appartengano all'arte o alla moda.

Pensare a questo numero di *Bazaar Italia* come a un Padiglione di Carta nel momento della Biennale sembra quindi non solo giusto, ma necessario. Non come metafora: come proposta editoriale. Un padiglione di carta che risponde ai padiglioni dei Giardini. Una rivista come spazio espositivo, forma di display che appartiene alla lettura quanto allo sguardo. È ciò che un magazine offre ancora oggi, proprio quando le immagini circolano ovunque e non si posano da nessuna parte: le mette le une accanto alle altre e le tiene lì abbastanza a lungo perché accada qualcosa. A Venezia si cammina da un padiglione all'altro, qui si passa da una pagina all'altra. Il gesto è diverso, il desiderio no. Benvenuti al nostro primo Padiglione di Carta. Buona Venezia a tutti.

Mathias Augustyniak & Michaël Amzalag,
M/M (Paris)
Creative Directors,
Harper's Bazaar Italia

Harper's BAZAAR
Italia
29
Maggio
2026





ESPOSIZIONI

Dovile Drizyte
photographed by
Juergen Teller

Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose
Venezia secondo Juergen Teller: un portfolio di immagini crude, erotiche, silenziose

With:
Dovile Drizyte,
Juergen Teller,
Iggy Teller,
Eliza Roberts,
Viviane Doue.

Artworks:
Lorna Simpson,
Paulo Nazareth
and
Michael Armitage
at Palazzo Grassi
and
Punta della Dogana-
Pinault Collection,
Jenny Saville
at Ca' Pesaro,
Attilio Codognato
Collection,
Ca' Pesaro
Museum
Collection.

Special thanks to
Emanuela
Schmeidler,
Mario & Henrietta
Codognato,
Aude & Paolo
Cuniberti.

Photo Assistant:
Felipe Chaves.
Post-production:
Louwre Erasmus
at Quickfix.

Stylist Assistants:
Riccardo Fontana,
Gaia Capociuchi,
Michele Corà.

Local Production:
Etimo Production.

SOMO

In *Don't Look Now* del 1973 un magnifico e torbido Donald Sutherland e una meravigliosa e devastata Julie Christie vagano in una Venezia deserta, umida, nebbiosa, autunnale, decadente come solo la città lagunare sa ancora essere nei momenti in cui non è invasa dalle orde di turisti. Nonostante i luoghi comuni, gli stereotipi e il junk food selvaggio, Venezia è quella lì, quella del film e quella delle foto di Juergen Teller, dove sua moglie Dovile diventa un personaggio fantasma, erotico, decadente e fatale. Il suo sguardo come sempre è onnivoro, bulimico, cinico e romantico al tempo stesso, come un Thomas Bernhard dell'immagine. Racconta la Venezia che Fellini ricreava nel suo *Casanova*, con la laguna fatta di sacchi della spazzatura, le onde create dai ventilatori, la sensualità e il sesso inevitabili come la tubercolosi e la peste. Gli scatti di Teller sembrano un misto tra manifesti pubblicitari e apparizioni spettrali fra i canali, scontrosi e sospettosi verso ogni straniero che si aggiri tra le calli fuori stagione, come Sutherland nel film, come Dovile nelle foto. Che ci fai qui? Turista perduto e per caso. Intruso. L'arte di Juergen è infatti sempre pura intrusione nella realtà: disturbo per chi vorrebbe decadere o solo cadere in pace, tranquillamente, sotto il peso della noia e dell'inverno, prima che tutto sia travolto dallo tsunami umano. Arte che si mescola con la moda, con la morte, con il souvenir. I mosaici di San Marco e la plastica delle sedie e dei tavolini. Le gondole e le canzoni napoletane. A Teller piace trattare la realtà senza gerarchie storiche, sociali, economiche, culturali. Il tempo nelle sue immagini è il presente, mai il passato e nemmeno il futuro. La vita accade in questo momento e ogni cosa che incontriamo e ci circonda fa parte della vita e dell'oggi. Tutto è bello e tutto è brutto. Questa consapevolezza è il centro dell'intero lavoro. Juergen intreccia e cambia normalità con eccezionalità. La stretta di mano del Papa da momento storico, ufficiale, formale, diventa gesto comune, umano, intimo. La gondola è un oggetto che galleggia, quasi zattera di salvataggio dalla tempesta della quotidianità. Tutto è normale e tutto è speciale. Per questo, alla fine, tutto è bello. Ma non esteticamente, bello nella sua natura interiore, comune, nascosta. Teller rivela o svela la normalità invisibile. Le sue immagini sono spiriti di un'esistenza semplice e la laguna diventa il tavolo di un'enorme seduta spiritica. Teller parla con le anime anonime. La sua Venezia è ordinaria e straordinaria al tempo stesso. Lui e la sua famiglia turisti redenti che si mimetizzano nei luoghi comuni della città vera. Speciale è anche il modo in cui rende ogni immagine non muta ma silenziosa, tranquilla, quasi comoda o, usando un termine difficilmente traducibile, gemütlich. Venezia è uno dei posti più difficili da rappresentare senza sprofondare nella banalità. Eppure lui ci riesce. Persino le orribili maschere che invadono i negozietti delle calli attorno al Ponte di Rialto ritrovano una dignità impensabile e improbabile. Il cattivo gusto devastante che divora i siti sacri diventa sapore nel suo racconto. Il piacere di ogni pietanza offerta giorno e notte è contagioso. Le foto riportano la magia nella corruzione del luogocomunismo di massa. Anche se Juergen è un prestigiatore più che un mago. C'è il trucco, ma non si vede. Il trucco di nascondere la scomodità del vivere in una città scomodissima da vivere nella sua normalità diventata un fantasma contemporaneo. Eppure a Venezia si torna sempre e tutte queste immagini ci fanno capire perché. Si torna per il piacere di esserci, di annusare l'odore dell'acqua dei canali che gli innamorati del presente sentono come un profumo. La qualità più bella di Teller è la capacità di rinnovare il suo amore per le cose e le persone, anche quando tutto sembra scontato. B

Photos and Layout
JUERGEN TELLER

Creative Partner
DOVILE DRIZYTE

Styling
SISSY VIAN

Text
FRANCESCO BONAMI

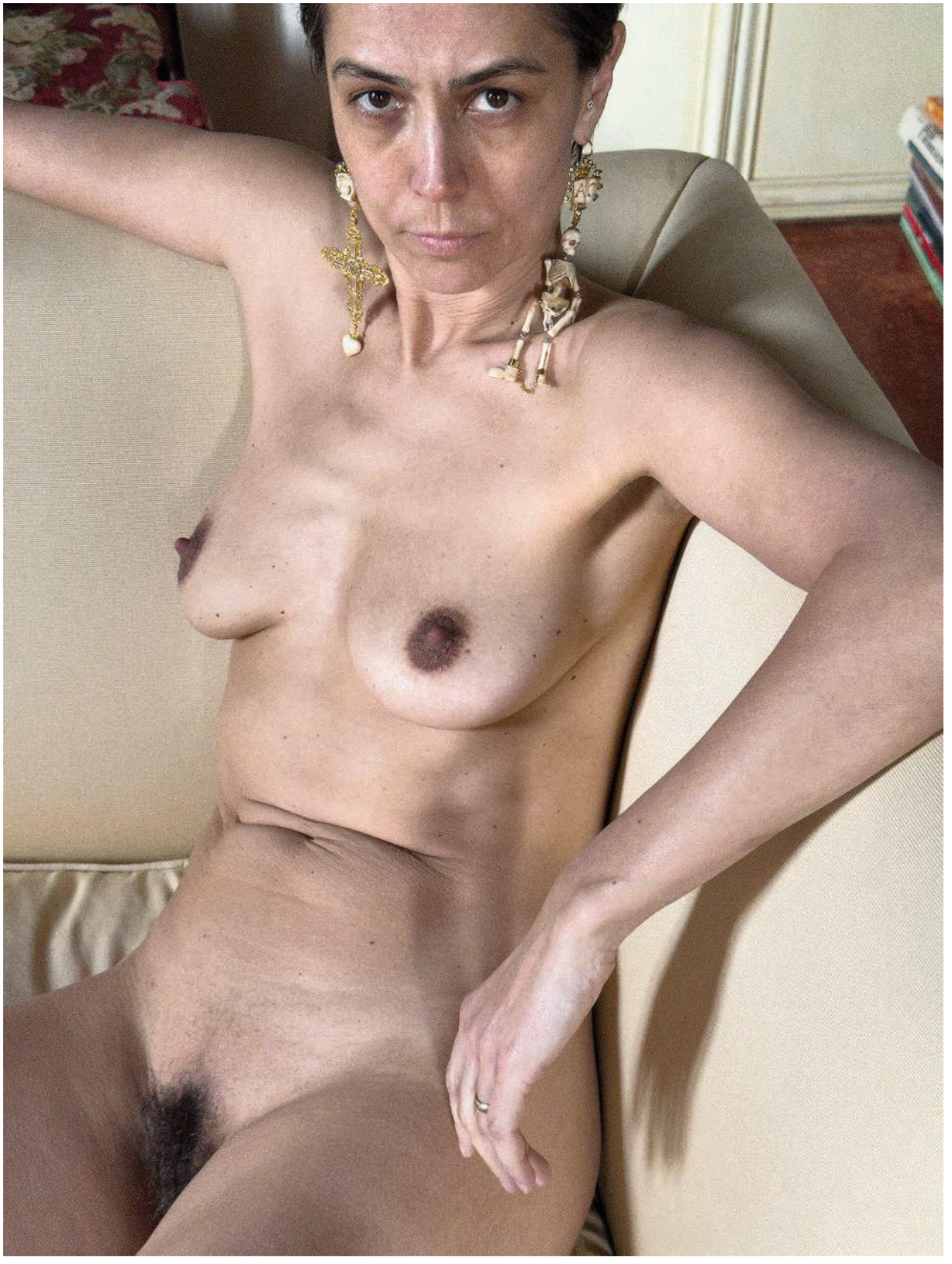
OGGI


THE
GRAND TOUR
IN VENICE
COLNAGHI

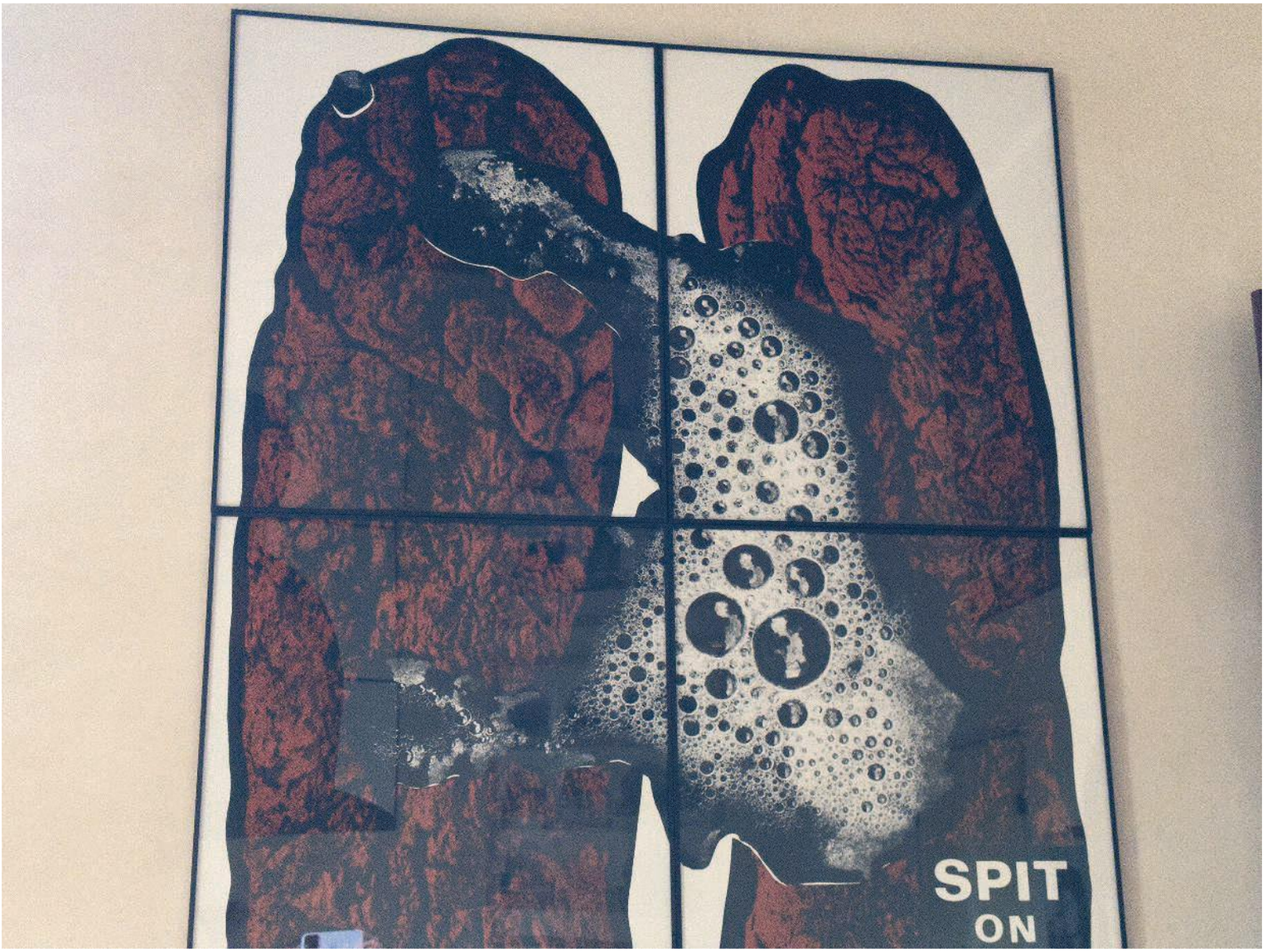

BOTTEGA VENETA

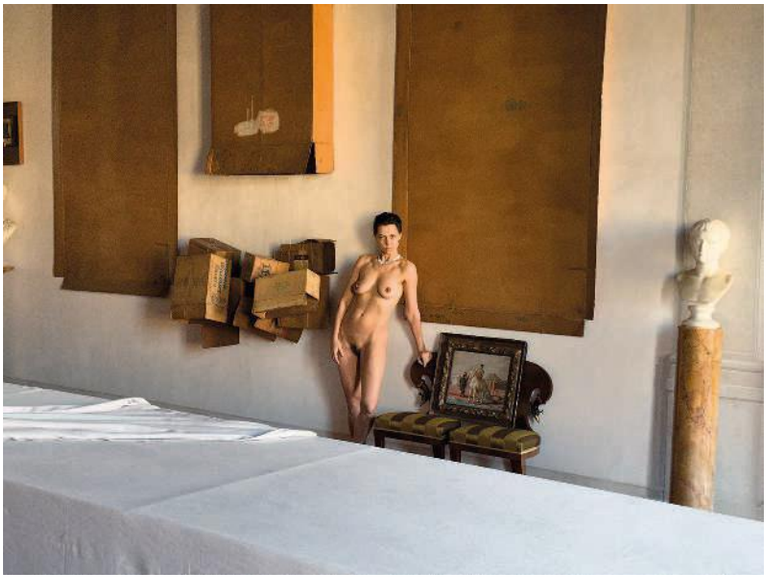




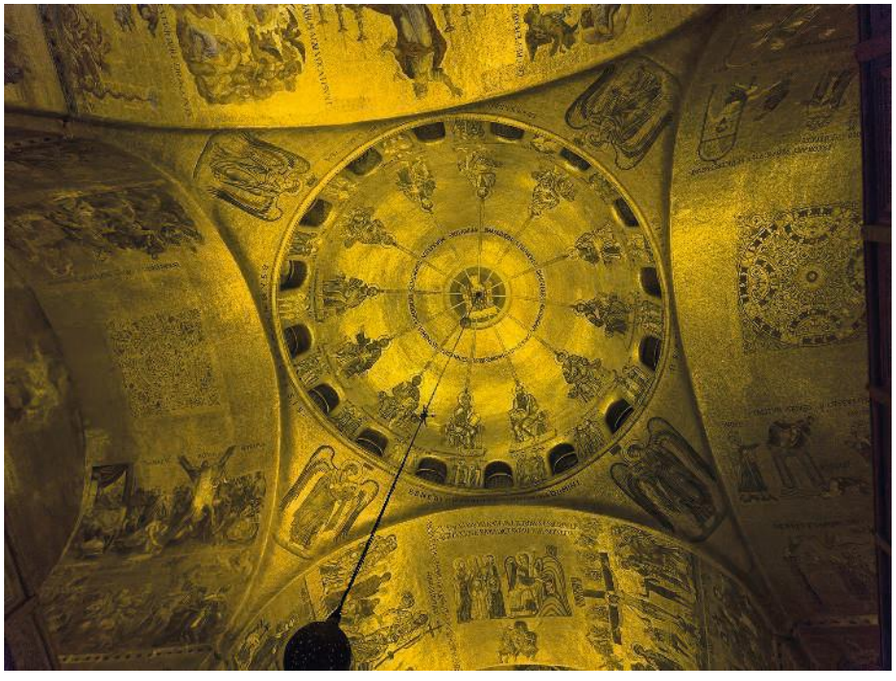


Orecchini in oro giallo 18 carati, osso di mammut, diamanti, cristallo di rocca e perla, A. CODOGNATO.
Nella pagina accanto. Collana della collezione *Venetian Princess* in oro bianco e diamanti, ROBERTO COIN.


SPIT
ON







Nella pagina accanto. Collana della collezione *Venetian Princess* in oro rosa con diamanti e pietre preziose, ROBERTO COIN.







Nella pagina accanto. Collana in oro giallo 18 carati e argento con diamanti, cristallo di rocca, ametista e smalto, A. CODOGNATO.






FOTO
BLITZ


FOTO
BLIT



Nella pagina accanto. Abito, NOIR KEI NINOMIYA, headpiece, BETWEEN BEAUTY BY WIWIEN HAMMOND, maschera, LA BOTTEGA DEI MASCARERI.







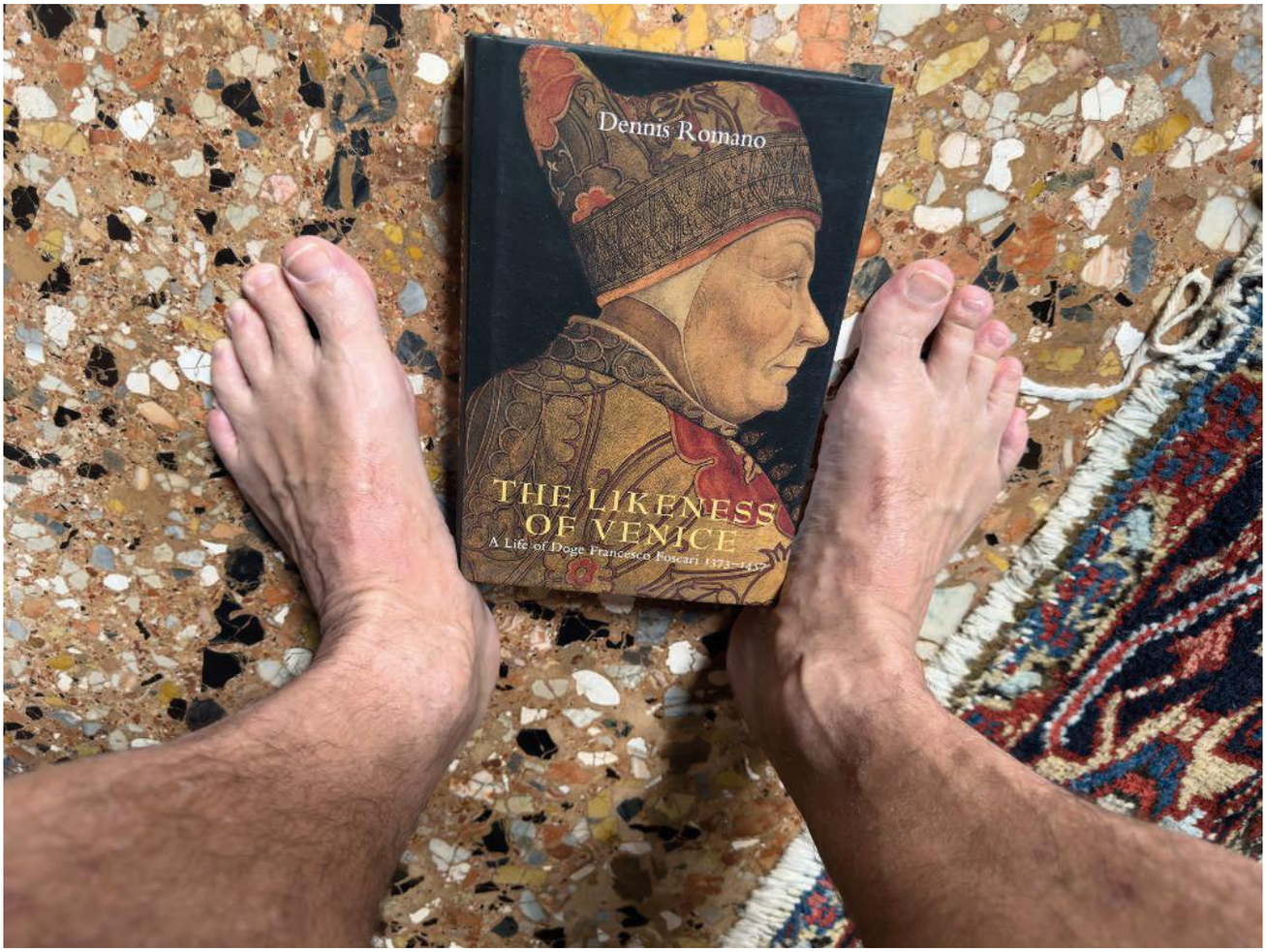

LARES



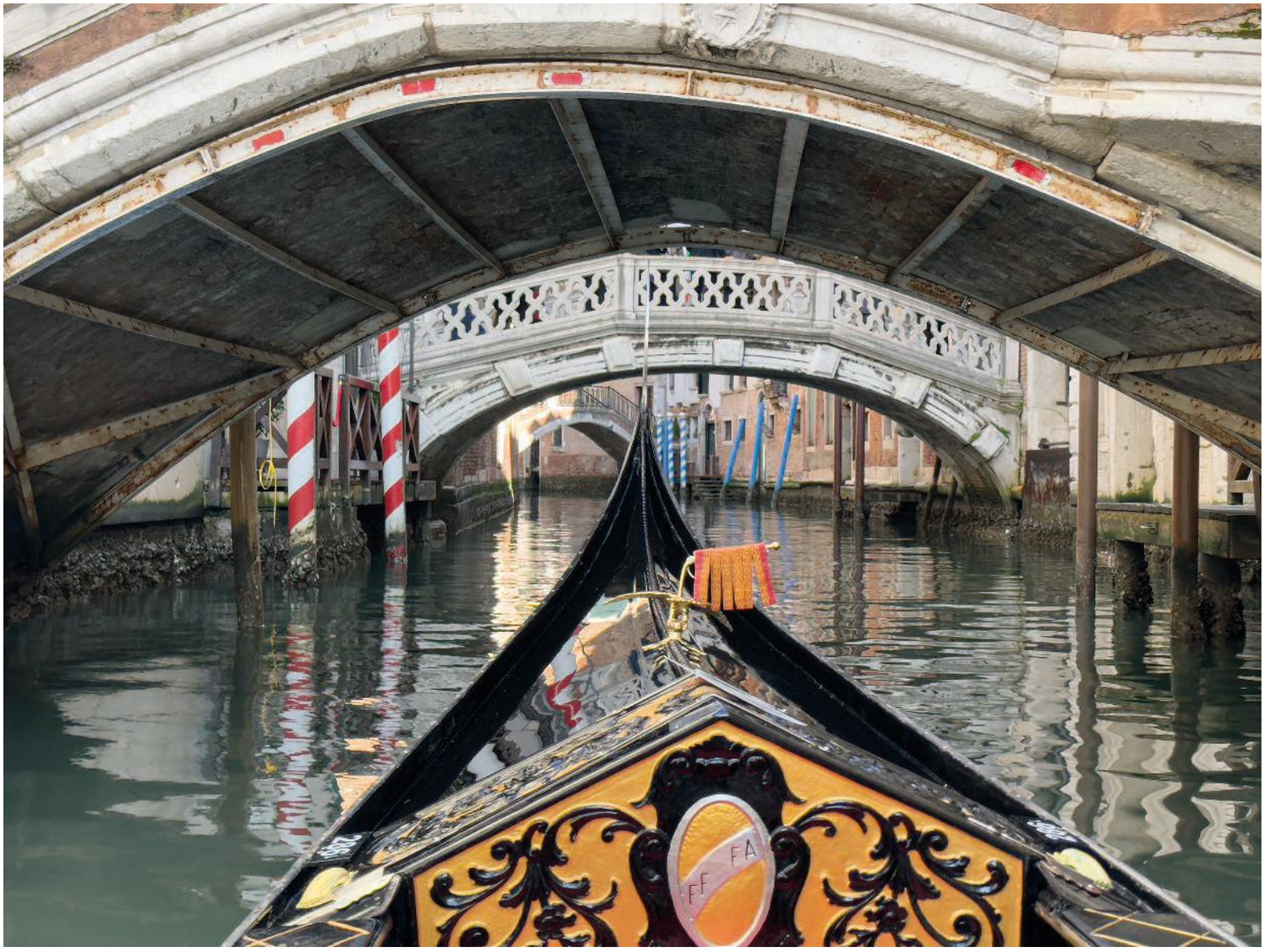







Dennis Romano
THE LIKENESS OF VENICE
A Life of Doge Francesco Foscari 1373–1457






VOCE IN A
1 47
VOCE IN A
NOSTRANA





Caftano, DOLCE&GABBANA ALTA MODA, slip, INTIMISSIMI, collant, FOGAL, slingbacks, SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO, collana della collezione *Unique* in oro giallo con diamanti e pietre preziose, ROBERTO COIN, maschera, LA BOTTEGA DEI MASCARERI.


EWA GORNIAK-MORGAN
Venice My Love
esteri






MONDADORI
STALIN
MONDADORI
KENNEDY
MONDADORI
MAO TSE-TUNG
MONDADORI
HITLER









Nella pagina accanto. Collana della collezione *Venetian Princess* in oro bianco e diamanti, ROBERTO COIN.













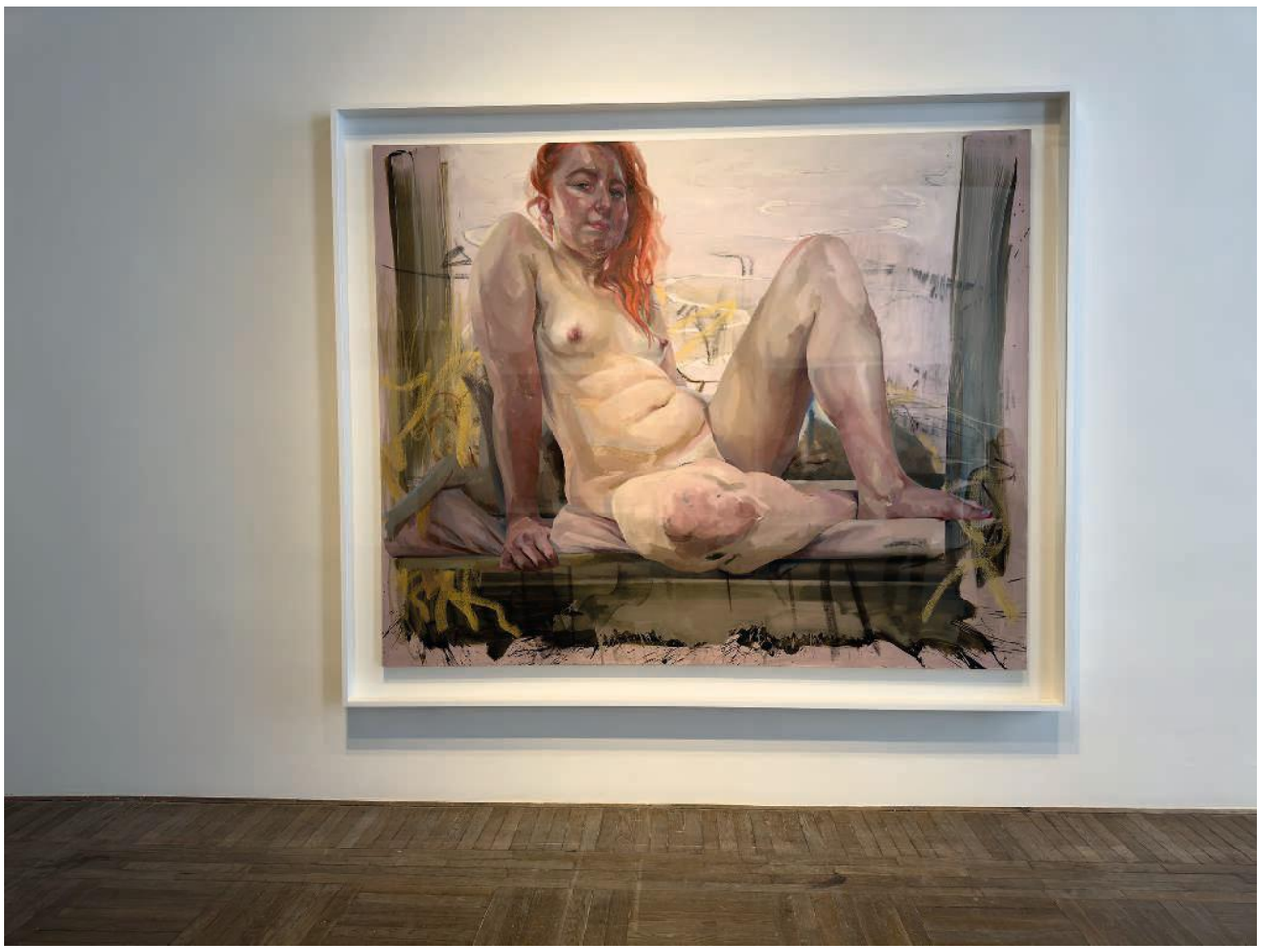
In alto a destra. Abito, DIOR, maschera, CA' MACANA. *Al centro a sinistra.* Abito, SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO, anello cocktail in oro giallo e bianco 18 carati con diamanti e giada imperiale, A. CODOGNATO.
In basso a sinistra. Birkin bag personale, HERMÈS. Sneakers personali, ASICS.


TECHNIC
Kawasaki
STAR WARS
TECHNIC
3D Puzzle
Tellie
TORRE
CATAN
DiXit
MUMMIA
EVOLUTION ROBOT
CITY
SPIDKO
Baby Laptop
Pixel

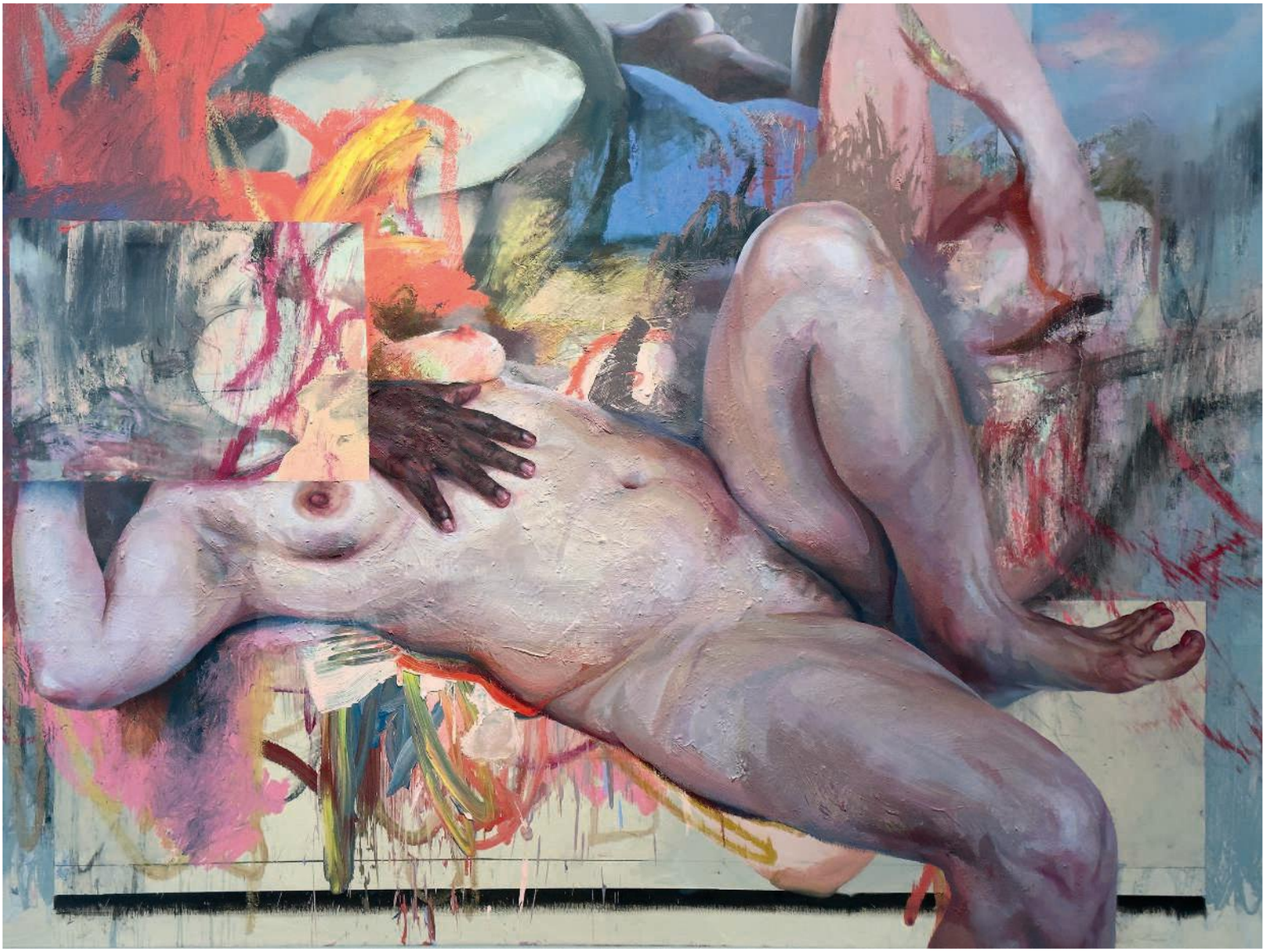





HONDA

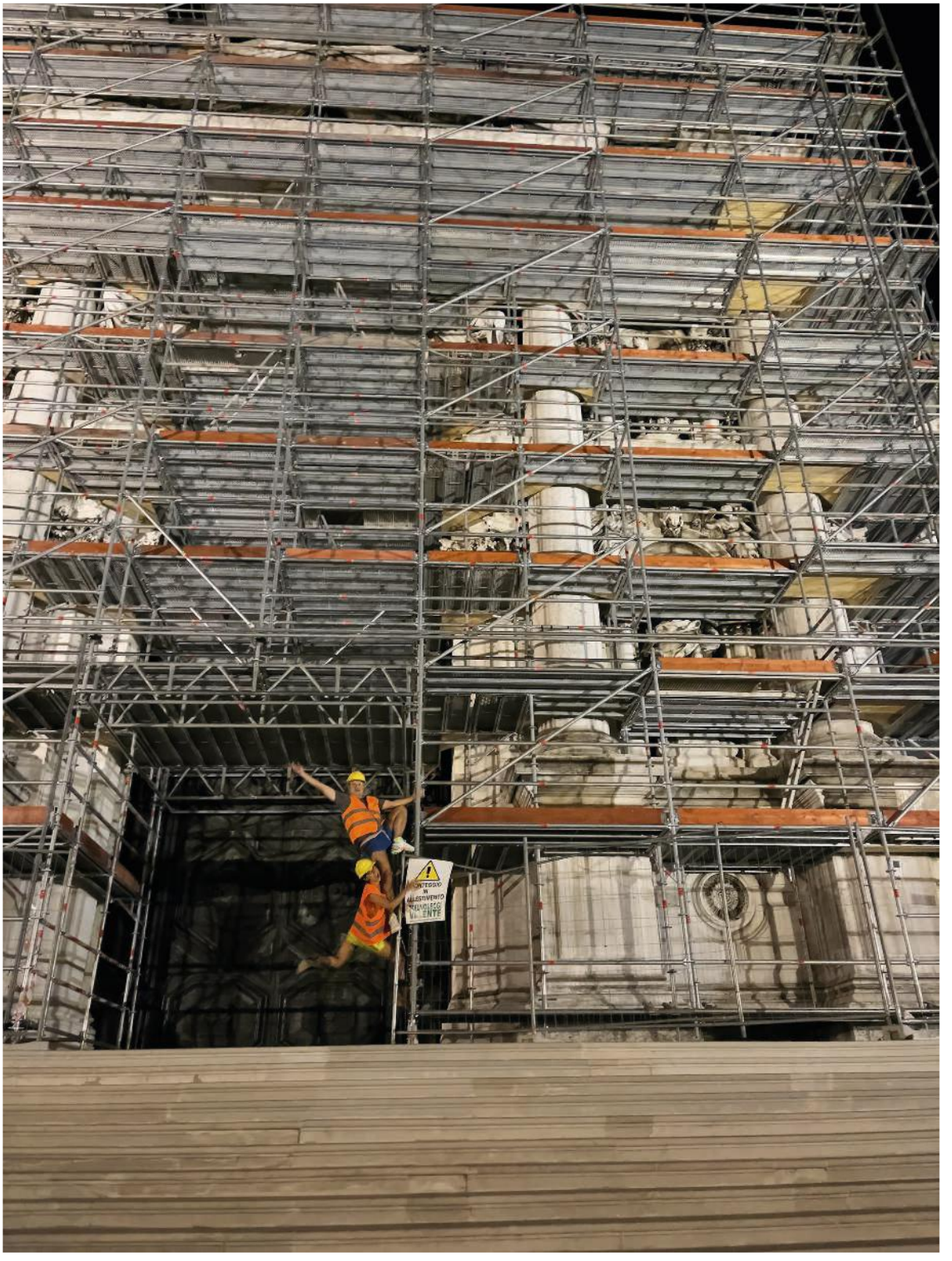








Nella pagina precedente. Coat, CHARLIE LE MINDU, collana della collezione *Unique* in oro giallo con diamanti e pietre preziose, ROBERTO COIN, maschera, LA BOTTEGA DEI MASCARERI.




PRODOTTI
Kodak
IN VENDITA QUI


EPUBBLICA ITALIANA


19.50
500
7,00 €
Venezia
PUZZLE +
INTERACTIVE
VIDEO

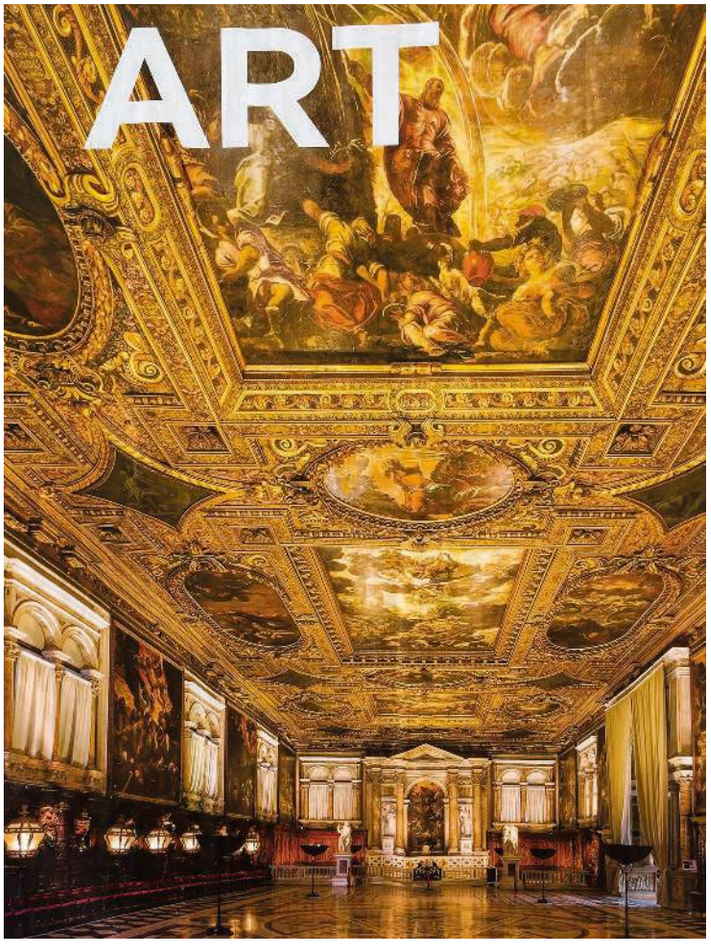


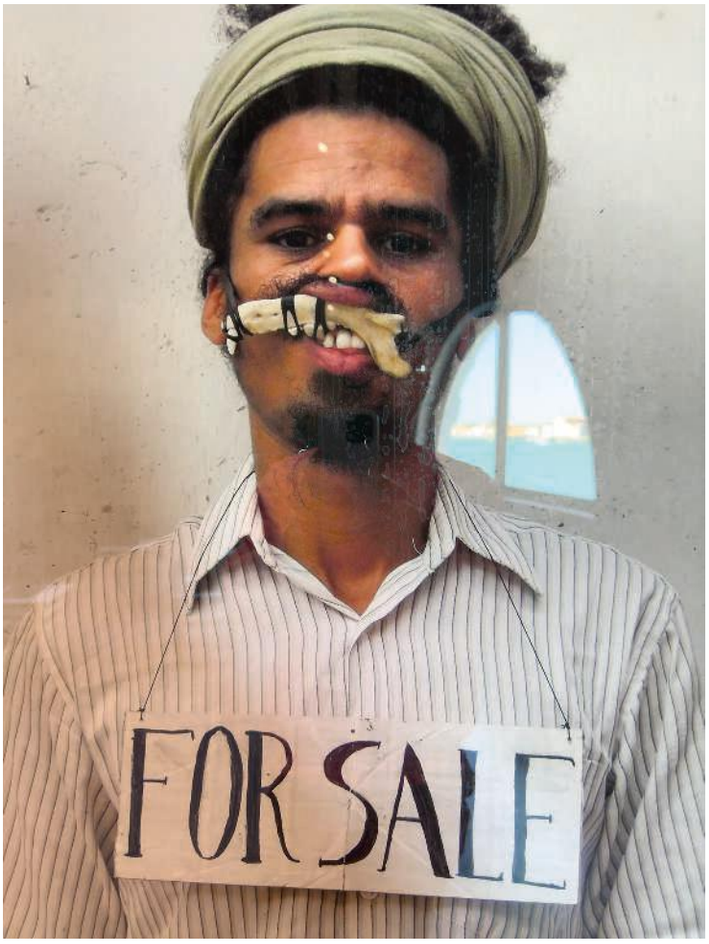

FUCK
Dream
FREE


EVA
NGE
LIST
NEUS





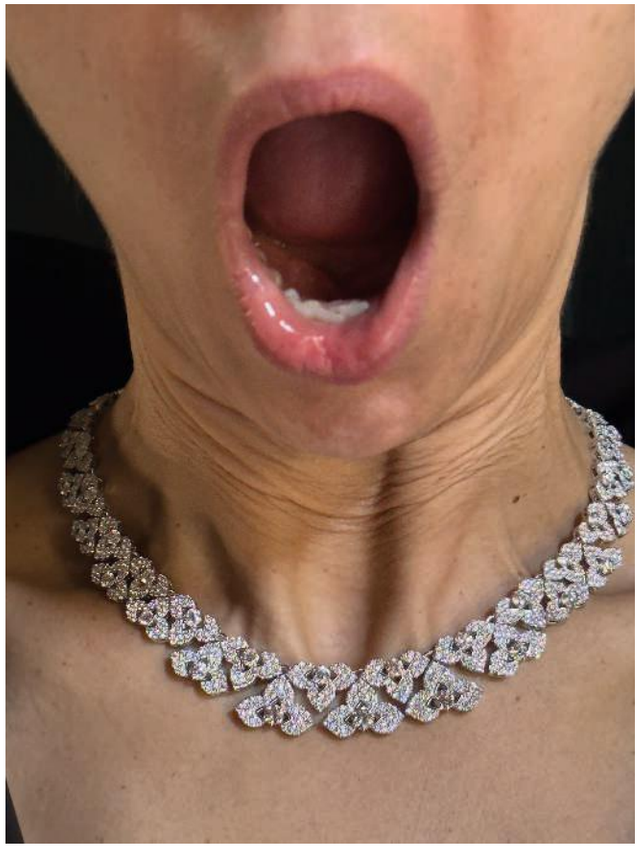






Trench, HERNO, bra, MAISON CLOSE, manicotti, SARTORIA ANGELA, collana della collezione *Venetian Princess* in oro bianco e diamanti, ROBERTO COIN.
Nella pagina accanto. Abito, AREA, anelli, A. CODOGNATO, maschera, LA BOTTEGA DEI MASCARERI.





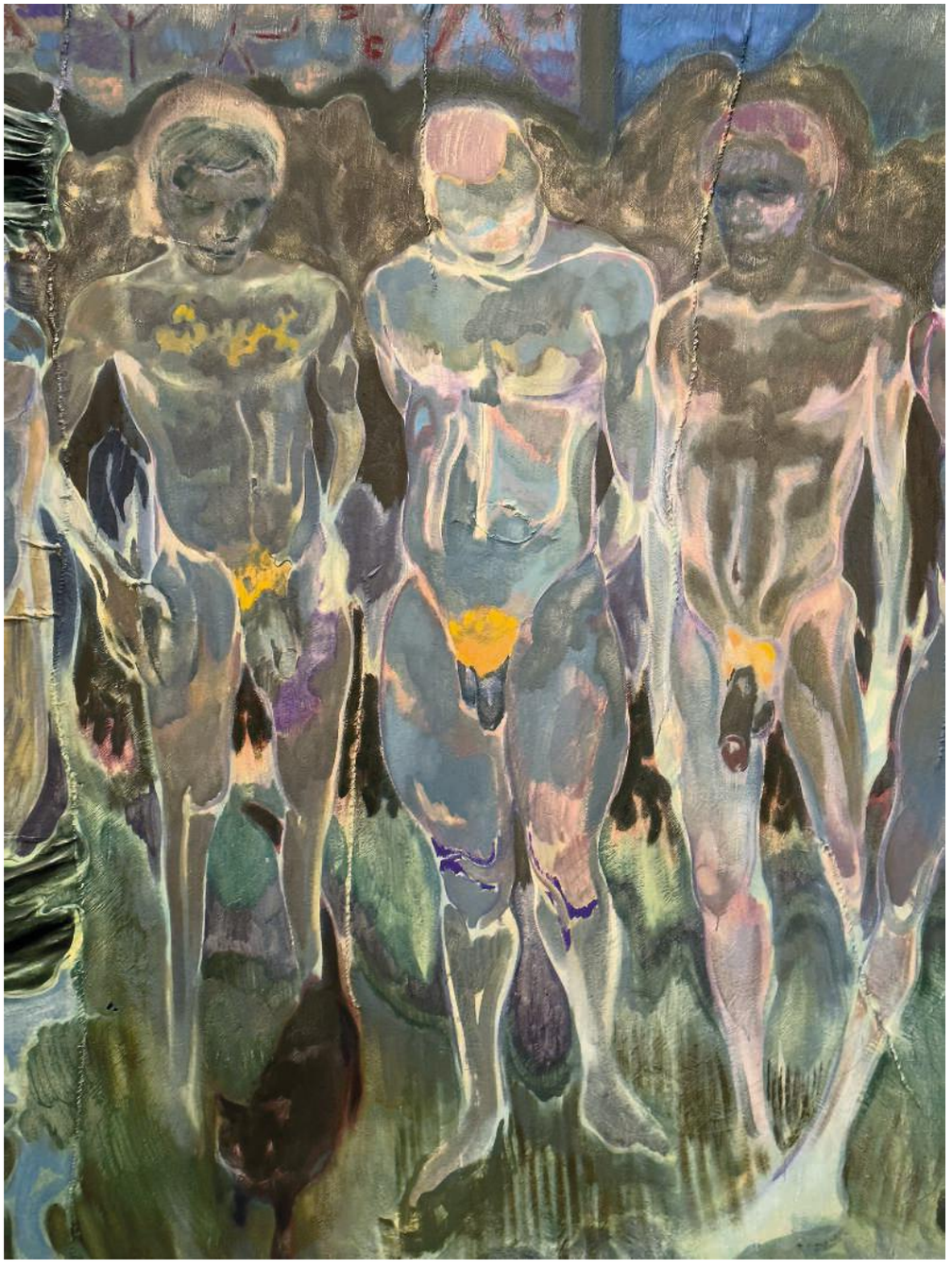


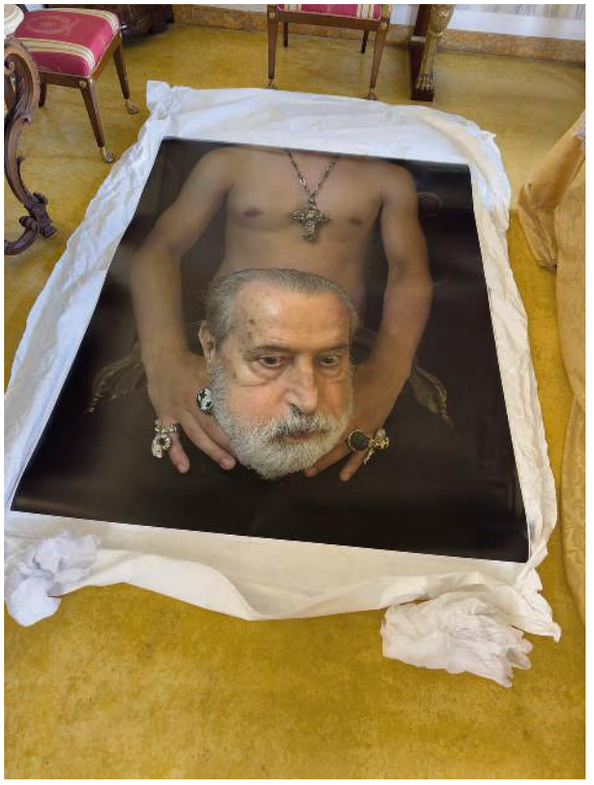
Collana della collezione *Venetian Princess* in oro bianco e diamanti, ROBERTO COIN.






Basilica della Salute
I ♥ SEX
I ♥ VENEZIA







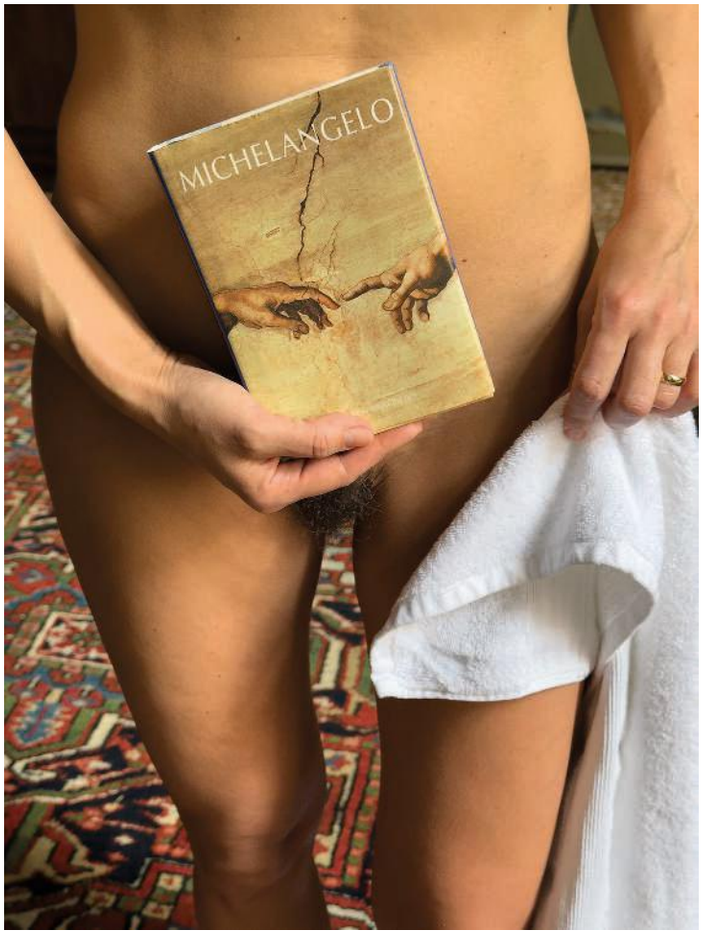


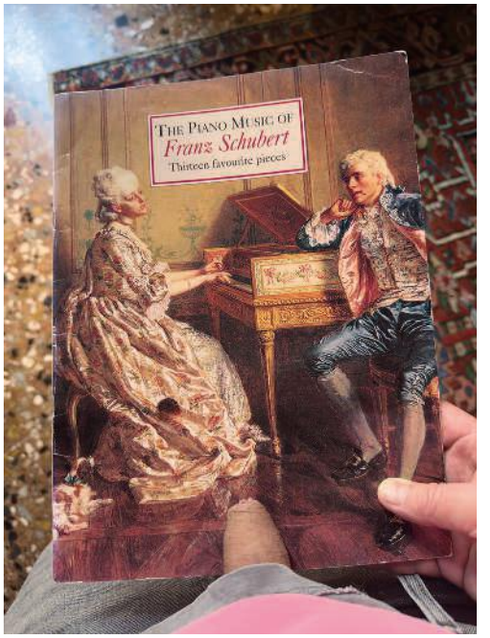


Orecchino in oro giallo 18 carati, osso di mammut e diamanti, A. CODOGNATO.









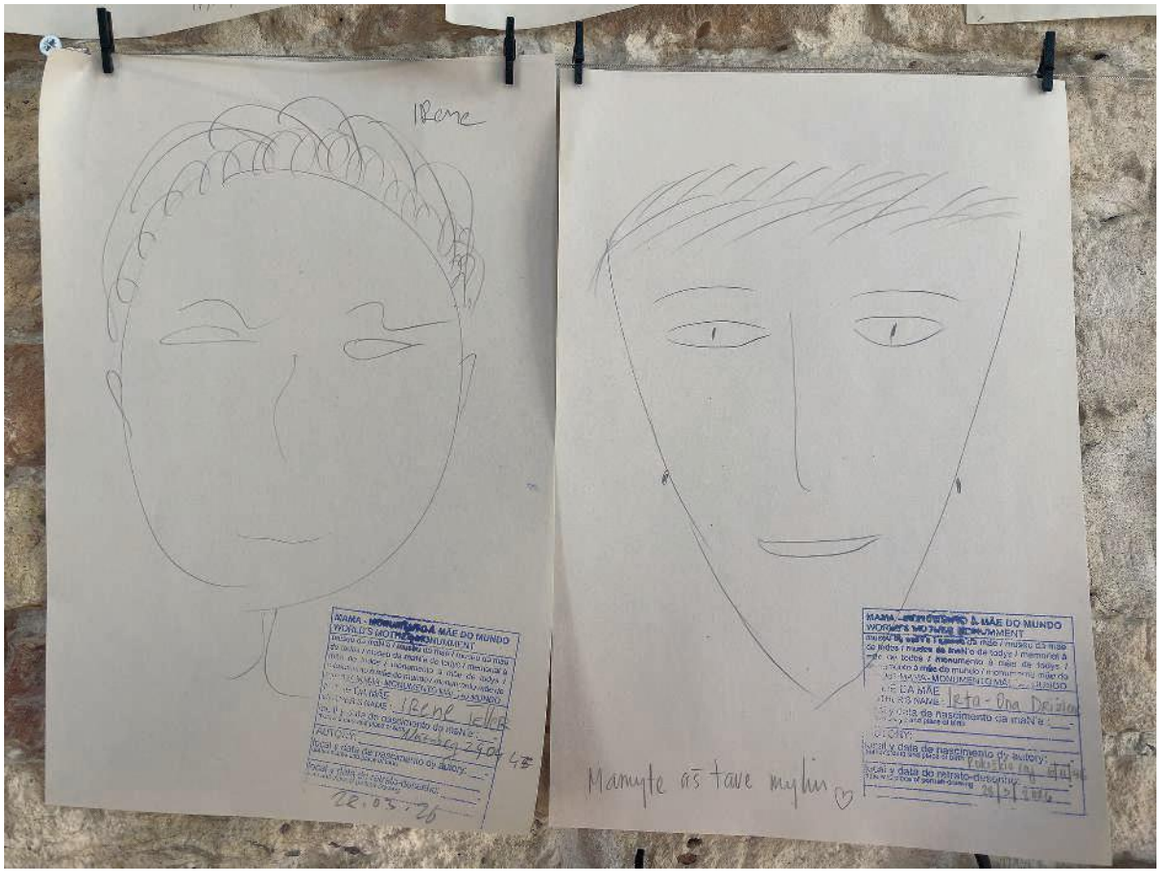


Nella pagina accanto. Maglia, gonna, tutto CHANEL; guanti, PAULA ROWAN, friulane, VIBI VENEZIA, maschera, LA BOTTEGA DEI MASCARERI.











Nella pagina accanto. Collana della collezione *Unique* in oro giallo con diamanti e pietre preziose, bracciale *Lion* limited edition della collezione *Animalier* in oro giallo con diamanti e zaffiri, tutto ROBERTO COIN.







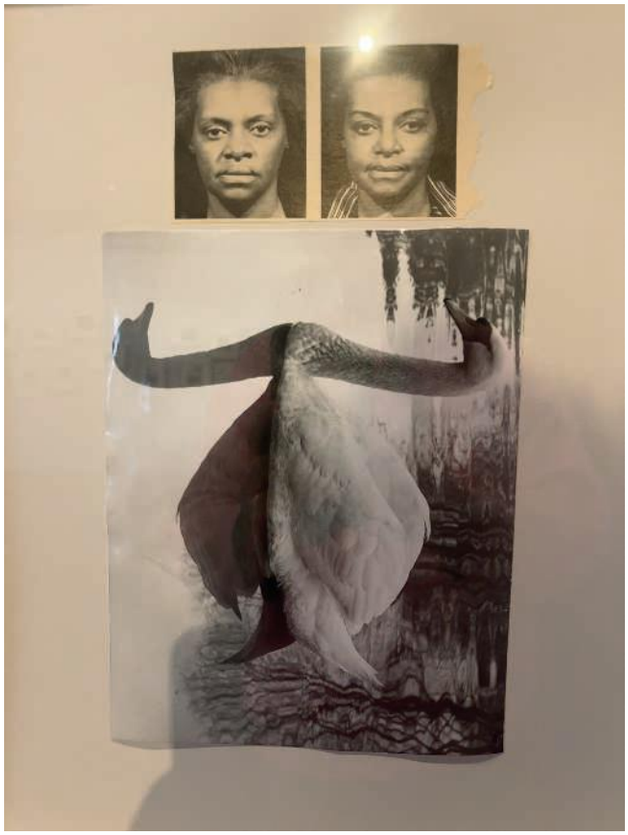








SIGN







Nella pagina accanto. Abito, PONTE, collant, FALKE, décolletées, THE AP ARCHIVE, collana della collezione *Venetian Princess* in oro bianco e diamanti, bracciale *Snake* della collezione *Animalier* in oro rosa con diamanti e rubini, tutto ROBERTO COIN; maschera, LA BOTTEGA DEI MASCARERI.

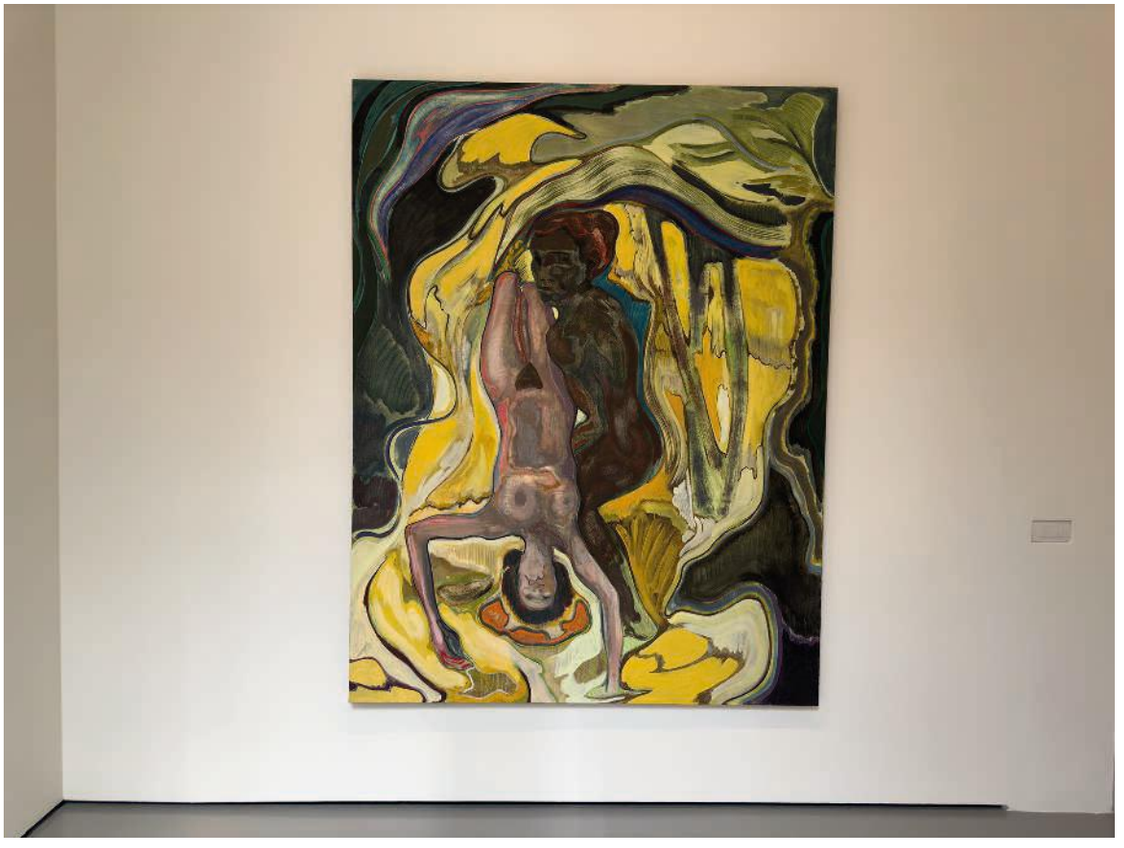






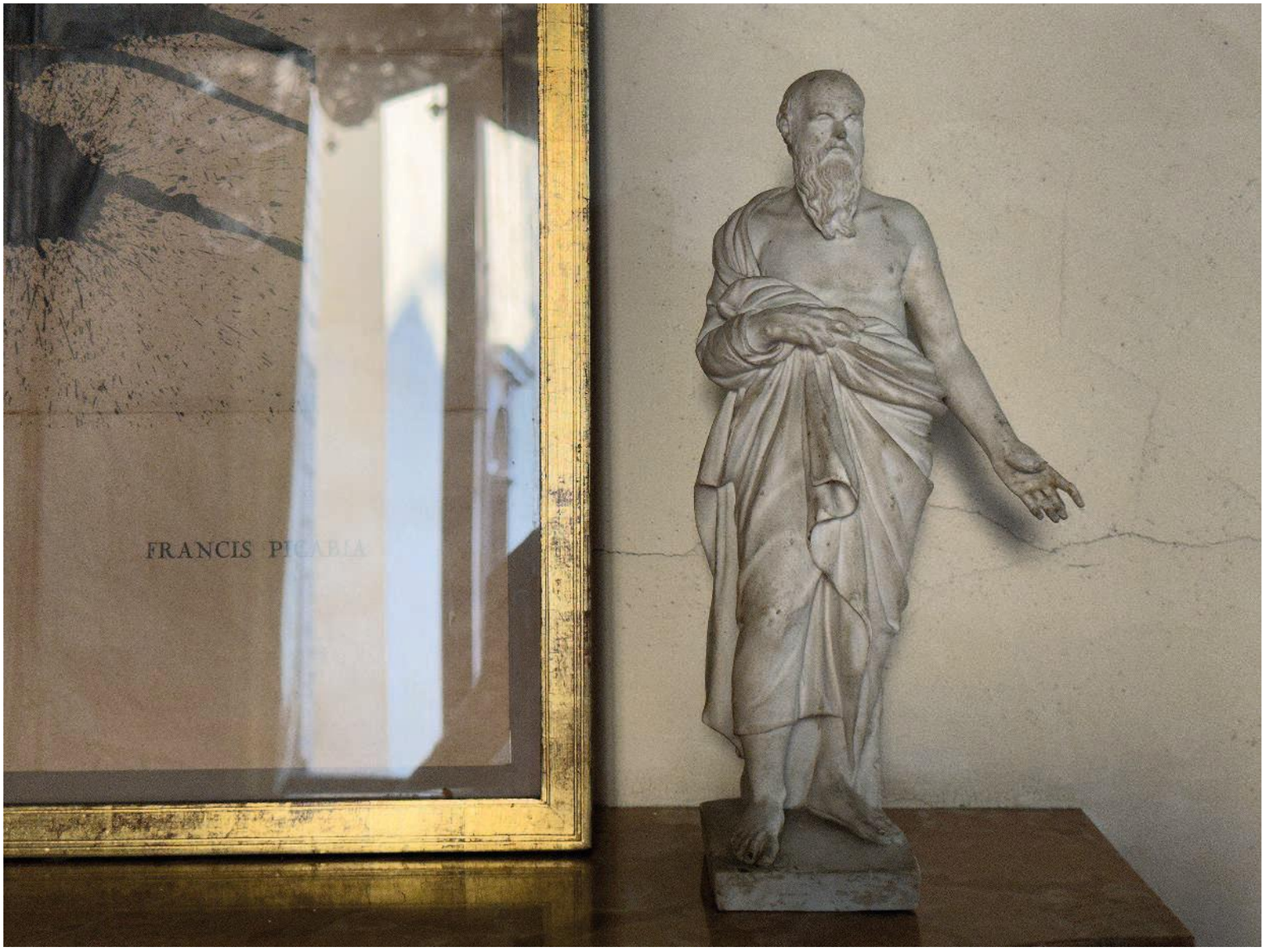




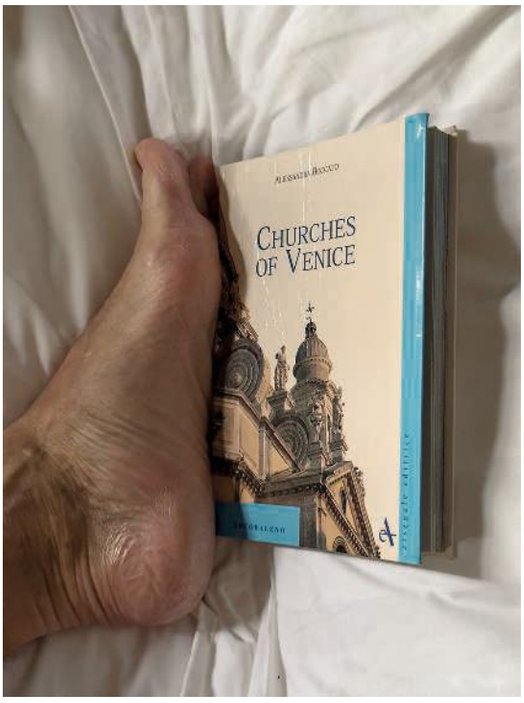


Orecchini in oro giallo 18 carati, osso di mammut, diamanti, cristallo di rocca e perla, A. CODOGNATO.


BLUE GUIDE
Northern Italy
From the Alps to Rome


FRANCIS PICABIA



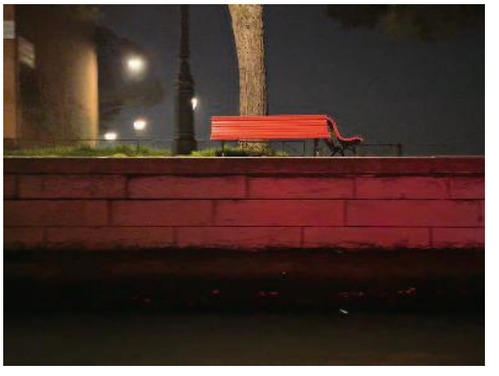

CHURCHES
OF VENICE











Abito, AREA, anello *Cinque morti* in oro giallo 18 carati con diamanti e smalto, anello cocktail in oro 18 carati bianco e giallo con diamanti e giada imperiale, anello *Memento mori* in oro 18 carati e argento con cristalli di rocca e smalto, 3 anelli *Memento mori* in oro giallo 18 carati con diamanti e smalto, diamanti e rubini, rubini e smeraldi, tutto A. CODOGNATO.


CALENDARIO ROMANO
2027









Trema e risplendi
Trema e risplendi
Trema e risplendi



MEMENTO VIVERE

A. CODOGNATO

Marsilio Arte

C'è un anello nell'archivio di Codognato che raffigura, incisi su uno smeraldo antico, i profili di Adriano e Antinoo. L'imperatore e il suo amante divinizzato, colti nel momento in cui il loro rapporto ha già attraversato la morte ed è diventato culto. Lo si può definire un motivo queer ante litteram, si presta a quella lettura. O un documento di storia romana. In parte lo è. Ma è anche qualcosa che va oltre: un oggetto polisemico che impone una domanda sull'amore, sulla perdita e sulla trasfigurazione, oggi come duemila anni fa. Vale la pena soffermarsi su cosa sia, esattamente, quell'intaglio. La pietra è romana, probabilmente del II secolo, e Codognato l'ha semplicemente montata in oro. È una pratica costitutiva della Casa: Simeone, il fondatore, era antiquario prima che orafo, raccoglieva frammenti di epoche precedenti e li rimetteva in circolazione consegnandoli a un presente perpetuo. L'intaglio di Adriano e Antinoo è uno di quei frammenti. Oltre che enclave orafa, Codognato è un antro alchemico, una lente, un sistema di pensiero che può usare l'oro, lo smalto, il cristallo di rocca e l'osso di mammut come si usa il linguaggio, per dire cose che non hanno altra forma possibile.
Dries Van Noten, aprendo la sua fondazione veneziana a Palazzo Pisani Moretta con la mostra inaugurale *The Only True Protest Is Beauty* – un titolo che viene da Phil Ochs, cantautore e attivista americano degli Anni 60, e che il presente torna a rendere attuale – lo ha scelto come unico gioielliere tra abiti di Christian Lacroix, Comme des Garçons e opere di design contemporaneo, in risposta al bisogno di rappresentare la bellezza come perturbazione. I gioielli di Codognato sono forse gli unici del panorama orafo odierno a soddisfare quella condizione senza compromessi. Esprimono a misura quello che Van Noten e il co-curatore Geert Bruloot chiamano appunto "protest", la capacità di mettere in crisi le convenzioni e aprire nuovi spazi di senso, non per via concettuale ma attraverso la materia stessa e la forma, che interroga e genera un atto di resistenza. C'è per esempio una collana con bara in cristallo di rocca che contiene il Re e la Regina "caught during their union" – Sole e Luna nell'atto della coniunctio, recita la nota a margine – riferimento esplicito all'alchimia ermetica, l'opus magnum come matrimonio degli opposti, la trasformazione della materia come metafora della trasformazione interiore. E la bara come contenitore di vita, con la volontà di non risolvere la contraddizione che la accompagna, semmai di offrirla a nuove interpretazioni. La tradizione buddhista chiama questa pratica maranasati: la meditazione sulla morte come esercizio di consapevolezza, antidoto all'anestetizzazione del vivere. Codognato accoglie quella stessa esigenza: avere tra le dita qualcosa che ricordi, senza tristezza, che il tempo ha una direzione. Una sorta di prospettiva privilegiata, un punto di vista attraverso il quale la vita diventa più leggibile. «È l'argomento a cui non possiamo sfuggire in ogni discorso, anche in quello creativo. Evitare di affrontarlo è quasi più ossessivo che non farlo», dice Mario Codognato, quinta generazione, figura di spicco nel campo delle arti visive: è stato curatore capo al Madre di Napoli e alla 21er Haus di Vienna (ora Belvedere 21), mentre oggi guida Palazzo Diedo-Berggruen Arts & Culture. Questo spiega anche perché la Maison sia, in modo controintuitivo, tanto contemporanea, in un momento in cui il pensiero della fine biologica viene rimosso sistematicamente e la longevità è assunta come misura del vivere riuscito. «Tutti i lavori scelti per Palazzo Pisani sono l'esito di un percorso fuori dagli schemi, opera di autori che hanno sempre indagato l'estetica del limite. Per un piccolo scorcio prospettico, apparteniamo anche noi a questo filone creativo». Van Noten ha selezionato personalmente quindici creazioni orafe della Maison, non necessariamente – secondo Codognato – «quelle che noi avremmo proposto», ma tutte senza dubbio rispondenti «a una logica curatoriale precisa, costruita per intuizione più che seguendo una griglia teorica». Una logica anteriore al concetto, determinata per risonanza e, quasi certamente, per eccedenza di senso. «La bellezza che presentiamo è qualcosa che attrae lo sguardo, non sempre in senso gradevole. In qualche modo, richiama l'idea del sublime». Il sublime, nella sua genealogia teorica da Burke e Kant a Lyotard, descrive l'esperienza di qualcosa che supera la nostra capacità di comprenderlo o contenerlo: distante dall'armonia rassicurante del bello, si rifà a ciò che spaventa o che lascia un residuo di irrisolto. Il sublime classico era visivamente raffigurato con la montagna, il precipizio, la tempesta, la natura come forza che sopraffaceva l'uomo ricordandogli i propri limiti. Il neosublime di Codognato è pratica più sottile, rovesciata: la miniatura che concentra, opposta alla vastità che schiaccia. È la sensazione, per così dire, di avere al dito, al collo o al polso qualcosa che non si riesce del tutto a comprendere o misurare. Un totem, con la verticalità e la permanenza di un'icona sacra più che la volubilità di un accessorio.
La morte è solo uno dei temi ricorrenti – il più antico, per la Casa – di un vocabolario visivo che conta quattro nuclei fondamentali: il teschio, il serpente, la croce, il cammeo. Campi interpretativi aperti, ciascuno con piani storici giustapposti che ne arricchiscono il significato. Il teschio coronato in smalto policromo contiene insieme "lo scherno di Cristo", la vanitas barocca e l'idea carnevalesca, profondamente veneziana, del potere che la morte eguaglia e del quale, in definitiva, si fa beffe. Il serpente è uroboro, è la caduta e la rinascita, il tempo ciclico contro il tempo lineare, una sorta di Biblia pauperum nei bracciali in oro con diamanti e smeraldi, o nei vanitas ring in cui avvolge più teschi insieme. La croce porta sul fronte i diamanti e sul retro lo smalto con i simboli della Passione: il gallo, la lanterna, i dadi. Ha due facce come l'esistenza ha due versanti, e la vita di superficie è sempre solidale con ciò che le sta sotto. Il cammeo, con il "giudizio di Paride" inciso su conchiglia e la cornice smaltata che è già di per sé un paesaggio, rappresenta la figura umana sottratta al tempo e inscritta nel mito, ove il momento della scelta fatale si congela nell'eternità. Nessuno di questi oggetti è tautologico: c'è sempre qualcosa in più, una metafora nascosta, una lettura specifica che dipende da chi guarda. La genealogia di questa estetica ha un'origine precisa. La Casa inaugura nel 1866, anno in cui Venezia cessa di essere territorio austriaco e torna italiana. In quel momento si sta ridefinendo anche il tessuto culturale del Paese: il positivismo, la scapigliatura, il verismo nascente fanno tutti i conti con un prima e un dopo, alla ricerca di un'identità che non sia né quella dell'occupazione né quella di un romanticismo esausto. Attilio, figlio di Simeone, riconosce il nuovo nell'Etruria appena dissotterrata dagli scavi. I gioielli che emergono sono oggetti creati per accompagnare i defunti più che per compiacere i vivi, ma la sua visione riesce a sintetizzare quel repertorio simbolico restituendolo al desiderio e attribuendogli una diversa possibilità di bellezza.

Codognato è un antro alchemico, una lente, un sistema di pensiero che può usare l'oro, lo smalto, il cristallo di rocca e l'osso di mammut come si usa il linguaggio, per dire cose che non hanno altra forma possibile

«Questa tensione per l'aspetto più complesso e misterioso della vita è in realtà molto veneziana. Fa parte di un'estetica, oltre che della natura della città. I nostri antenati hanno scelto queste isole perché erano le più inospitali che si potessero trovare, si sperava che persino Attila le avrebbe snobbate. È un luogo deliberatamente fondato sulla precarietà». I cliché della gioielleria borghese del tardo Ottocento sono agli antipodi di una ricerca volta, fin dal primo giorno, a qualcosa di più assoluto, a tratti sacrale. All'inizio del Novecento, la clientela della bottega è già internazionale e stratificata: famiglie reali russe, inglesi e italiane, e poi Sergej Diaghilev, l'uomo che ha inventato i Ballets Russes, gli impressionisti Auguste Renoir ed Eugène Boudin, Jean Cocteau, artista poliedrico ossessionato dai simboli. Negli Anni 50 arrivano Gabrielle Chanel, Jacqueline Kennedy, Elizabeth Taylor. Nel 1958 è Attilio, omonimo del progenitore, a prendere le redini della Maison. Quarta generazione, vive a New York gli anni d'oro della Factory. Frequenta Andy Warhol, le cui idee sulla riproduzione, la moltiplicazione seriale e la fine dell'aura benjaminiana trovano la loro nemesi nei gioielli dell'amico italiano; conosce Rauschenberg, che con i suoi combine painting mette insieme frammenti eterogenei – materiali diversi, epoche diverse, registri diversi – con un metodo che ricorda quello della Casa; è in un certo senso collega di Leo Castelli e Ileana Sonnabend, i due galleristi che hanno portato l'arte americana in Europa e viceversa. Sodali e clienti. Sarà Attilio a trasformare definitivamente l'attività in qualcosa di diverso, un luogo in cui la ricerca filosofica e la perizia orafa dialogano senza gerarchie in quella visione duale che, fisicamente, si esprime nel fronte/retro di ogni gioiello, principio costruttivo di gran parte dell'archivio. Oggi Mario e Cristina Codognato gestiscono l'eredità del padre scomparso nel novembre 2023. Se Mario è curatore, Cristina è psicoterapeuta: nessuno dei due è un orafo nel senso tecnico del termine, il che rende la loro posizione al tempo stesso più fragile e più libera. Del resto, il momento attuale ha molte analogie con quello in cui la Maison è nata: la fine di un ordine geopolitico che sembrava stabile, un sistema culturale che si interroga sul proprio senso e sul proprio futuro, l'incalzare di una spiazzante rivoluzione tecnologica. Un altro momento liminale, un'altra soglia tra epoche. Mario cita Gramsci, quasi di passaggio: «Il vecchio muore e il nuovo non può nascere». Nell'"interregno" della crisi, per proseguire la citazione gramsciana, una certezza: «Vogliamo continuare a fare cose che, anche quando sono nuove, siano sempre riconoscibili come nostre», aggiunge Cristina. Oggi, tra gli estimatori, ci sono Tilda Swinton, il cui personaggio abita i confini del corpo e del genere, e A$AP Rocky, affezionato al teschio bendato: ciò che non vogliamo vedere e che proprio per questo continua a turbare il nostro sguardo. Ancora Mario: «Trovo interessante che persone così diverse per background, storia e produzione culturale siano tutte ugualmente attratte dall'identità dei nostri gioielli». La collaborazione con il rapper attraverso la collezione *Pavē Niteō* – letteralmente: "abbi timore, io splendo", verbi latini che appartengono a campi semantici opposti – è forse il collaudo più radicale di questa tesi. Rocky era cliente da anni e l'idea è nata da quella frequentazione: «Voleva dar vita a una linea di gioielli. Essendo nostro collezionista ci ha proposto di collaborare e ne siamo stati felici». La raccolta – sei anelli, uno per ciascuno degli alter ego dell'album *Don't Be Dumb*, più uno in osso di mammut che idealmente li riunisce tutti – è diversa da qualsiasi cosa la Maison abbia fatto prima. Eppure, dice Mario, «ci sono un'estetica e un'identità talmente forti che anche quando si osa di più si riesce comunque a mantenere la riconoscibilità».

Come se il sistema Codognato fosse abbastanza solido da assorbire deviazioni – una matrice creativa diversa, più aggressiva, esplicita e teatrale – senza disperdersi.
È proprio in quest'apertura verso un immaginario esterno, e nella capacità di attraversarlo senza perdere univocità, che emerge uno dei nodi più delicati della Maison: il rapporto con il proprio archivio e, soprattutto, con i disegni lasciati dal padre. Nel lookbook appare una didascalia che inquadra il presente: "One of the last pieces made from Attilio Codognato's designs", riferita a un bracciale-serpente in oro giallo con diamanti e smeraldi. Quasi che ogni pezzo prodotto, in un certo senso, obliterasse parte di un repertorio di ordine finito. Mario chiarisce la natura del processo: «Quando diciamo "gioielli unici" lo intendiamo in due maniere. Intanto, ognuno lo è per qualità intrinseca, essendo fatto a mano. Poi, lavoriamo assieme agli artigiani per creare variazioni sul tema che, con equilibrio, mantengano forte l'identità originaria e allo stesso tempo offrano un cambiamento». La conversazione, oggi, è spostata tra i disegni paterni e le mani di chi li trasforma in nuovi monili. La trasmissione non è mai identica a sé stessa. Il sistema produttivo è rarefatto per necessità strutturale oltre che per scelta ideologica. Il rischio di dispersione delle competenze tra una generazione e l'altra è affrontato con pragmatismo: «Molti di coloro con cui lavoriamo sono figli di artigiani, se non addirittura nipoti, cresciuti a bottega. Hanno la stessa capacità, le stesse qualità dei loro antenati». In un'epoca in cui il trasferimento del sapere manuale è ovunque in crisi, questa fragile continuità generazionale è la condizione di esistenza della Maison. «I nostri non sono gioielli di cui uno possa dire: "Questo è un anello con un rubino, punto". C'è sempre qualcosa di più, una metafora, un significato, un'altra interpretazione possibile». In un Paese che ha ceduto buona parte della propria industria culturale e manifatturiera, l'artigianato d'eccellenza rimane il territorio in cui l'identità nazionale trova ancora piena espressione: «La cosa che più di ogni altra sappiamo fornire al mondo è una tradizione manuale unica, adattata al ventunesimo secolo. Non partecipiamo alla corsa all'intelligenza artificiale, non ne abbiamo i mezzi tecnici. Ma quello che offriamo sembra essere apprezzato sempre di più». Questo è anche il motivo per cui il modello produttivo della Casa – cinque laboratori artigianali, massimo due specialisti ciascuno, pochi pezzi l'anno, un solo negozio al mondo in calle Vallaresso, a pochi metri da San Marco – è una condizione necessaria. Lo spessore semantico di questi oggetti non sarebbe ottenibile con una produzione di serie. È una forma di coerenza: aprire altre sedi significherebbe aumentare il numero dei pezzi creati e un maggior numero di pezzi creati comporterebbe cambiarne le caratteristiche. «Non c'è via di mezzo in questo genere di cose», dice Mario. «O si lavora in questa dimensione artigianale, anacronistica se si vuole, o si passa a una produzione che assomiglia a quella industriale. La qualità di un gioiello Codognato è inseparabile dalla sua irriproducibilità. Venezia, in questo senso, è la condizione: una città unica, che negli ultimi anni ha conquistato un posto ancor più preminente nel panorama internazionale, confermando la scommessa di chi aveva scelto di restare».
«Mio padre amava moltissimo l'arte», aggiunge Cristina, «e una delle cose che facevamo insieme era viaggiare, leggere, trovare ispirazione continua in quello che ci stava intorno, dai capolavori antichi a quelli contemporanei. Con lui, fra i tanti, ho incontrato Cy Twombly, Jeff Koons, Maurizio Cattelan, le cui opere espandevano la sua ricerca personale ed estetica». Una ricerca che ancora sopravvive, come una porta che non può, e non deve, mai essere chiusa. B

«Questa tensione per l'aspetto più complesso e misterioso della vita è molto veneziana. Fa parte di un'estetica, oltre che della natura della città»



Nel 2022 Juergen Teller ha realizzato una serie di scatti confluiti nel volume *A. Codognato. Memento Vivere* (2025), edito da Marsilio Arte. Sopra, *Dovile, Venice* (anello in oro giallo 18 carati e argento con diamanti e smeraldi). Nelle pagine precedenti, la copertina (anello in oro giallo 18 carati e smalto con cammeo in agata antica raffigurante Giove, anello in oro giallo 18 carati con smeraldo, anello con serpenti intrecciati in oro giallo 18 carati e argento con diamanti e smeraldi, bracciale in oro giallo 18 carati con zaffiri, smeraldi, agate, cornioli e rubino).
Nelle pagine di apertura di questo servizio, i fratelli Mario e Cristina Codognato, eredi di Attilio, ritratto nella foto appesa alla parete (tre anelli e pendente a croce in oro giallo 18 carati, argento e smalto con diamanti e granati). Décolletées *Hangisi* in raso verde con fibbia gioiello, MANOLO BLAHNIK, tutti i gioielli, A. CODOGNATO.



Più veri del vero

È l'era della *edgeless beauty*, tra artifici e autenticità
È l'era della *edgeless beauty*, tra artifici e autenticità
È l'era della *edgeless beauty*, tra artifici e autenticità
È l'era della *edgeless beauty*, tra artifici e autenticità
È l'era della *edgeless beauty*, tra artifici e autenticità
È l'era della *edgeless beauty*, tra artifici e autenticità
È l'era della *edgeless beauty*, tra artifici e autenticità
È l'era della *edgeless beauty*, tra artifici e autenticità

Più veri del vero
Più veri del vero
Più veri del vero
Più veri del vero
Più veri del vero
Più veri del vero

Text
VALENTINA DEBERNARDI

Photo
INEZ & VINOODH



Negli ultimi cinquant'anni l'immagine è passata dal dominio dei programmi di correzione ai filtri social, fino all'intelligenza artificiale generativa integrata nelle fotocamere smart, che promettono una versione "migliore" di noi stessi. Una rivoluzione che ha prodotto la sua reazione: più l'alterazione si faceva invisibile e automatica, più cresceva il desiderio opposto di una verità visiva e analogica, per far riaffiorare la bellezza autentica. Un fenomeno che sta influenzando anche le richieste al medico estetico: non più aggiungere volume a labbra, seno o fianchi, ma piuttosto togliere materia – soprattutto quella immessa negli anni precedenti – per tornare a misure più ridotte. In questo percorso, la fotografia di moda è sempre stata lo specchio dei tempi: ha registrato e documentato volti e corpi, e contemporaneamente ha partecipato alla loro trasformazione. I grandi fotografi hanno contribuito a cristallizzare o riplasmare ciò che poteva (e può) essere definito "bello", partecipando alla costruzione dell'identità, di classe o personale. Ma la natura transitoria stessa dei canoni di bellezza, o dei trend, invalida ciclicamente ciò che noi, vittime e carnefici dei nostri stessi ideali, pensiamo di aver costruito e quindi ciò che pensiamo di essere, scatenando nelle nostre menti l'insidiosa urgenza di cambiare ancora una volta, innescando un processo di continua e insoddisfacente metamorfosi. Ed è qui che si insinua la "correzione", in questo limbo tra un canone e l'altro, tra una moda e l'altra. Correggere per modificarsi, correggere per adeguarsi, correggere per perfezionarsi.

Canone inverso

Il nostro percorso di analisi si apre negli Anni 80, quando l'immagine era dichiaratamente costruita. Con Guy Bourdin emerse un'estetica teatrale, iper-patinata; il corpo era frammentato, messo in scena. Il colore bruciava, saturato, e la bellezza sfruttava i tabù per provocare. Tutte caratteristiche che si ritrovavano negli spot scandalosi – e "stupefacenti" – dei profumi *Opium* di Yves Saint Laurent e *Poison* di Dior. Helmut Newton, guidato sempre dal rigore, preparava i soggetti prima dello scatto: i suoi nudi non erano spontanei, ma nemmeno corretti digitalmente. Salivano su piedistalli e parlavano direttamente all'osservatore. Lo spirito di quei tempi si leggeva anche nelle interviste agli stilisti: nel 1991, per esempio, il re dell'artificio Thierry Mugler dichiarò che la vita era un concorso di bellezza, come a sottolineare l'importanza della perfezione. Con Irving Penn il corpo era diventato un linguaggio architettonico e il make-up aiutava scolpendo il volto in modo preciso, talvolta geometrico. Parallelamente, arrivarono le top model: Claudia, Cindy, Naomi, controllate nel look sia prima che dopo lo scatto, ma statuarie e bellissime anche dal vivo, in passerella. «Sul set di quei tempi, i fondotinta erano assolutamente opachi perché dovevano assorbire la luce», spiega Pablo Ardizzone, make-up artist e ambassador di Clé de Peau Beauté. «Un'intensa riflessione della luce poteva addirittura bruciare la pellicola, creando problemi. Nella foto appariva un alone bianco, un buco. Non c'era possibilità di correzione. Quindi, il mio compito era di opacizzare la pelle al massimo, una tecnica poi chiamata super baking». Fu Peter Lindbergh a rompere con il passato: la scena con lui si spogliava del superfluo, il corpo tornava umano, in un contrasto forte tra ambientazioni popolari e styling lussuoso. Era l'inizio dell'estetica della verità, che influenzò anche la cosmetica: nacque il nude look, e con esso i primi gloss e i fondotinta leggeri che lasciavano la pelle libera di respirare. Lo stile era effortless e Kate Moss ne era l'icona. In questo stesso orizzonte, a fine Anni 90, si inseriva la sensibilità analogica di Sarah Moon, che lavorava per sottrazione, tra sfocatura ed evanescenza.

A sinistra, la posa impossibile di *Sasja 90-60-90* (1992); la foto è stata utilizzata per la cover del libro *Photography After Photography: Memory and Representation in the Digital Age* (1997).

È il tempo delle prime super palette di ombretti da 4, 5 o 12 nuance firmate da Mac, Dior, Guerlain, ma anche dalle italiane Pupa e Kiko, dove il colore si applica con le dita e il fard migra dalle guance alle tempie promuovendo i look precursori della famosa tecnica butterfly. Nel nuovo millennio la fotografia torna alle tonalità accese e agli eccessi artificiali che portano ai volti quasi da bambola, con maquillage ipersaturi, di David LaChapelle e Miles Aldridge. L'editing si fa maniacale. Steven Meisel e Mario Testino fotografano spesso star di Hollywood, e con gli obiettivi in HD il livello di trasformazione e perfezione si eleva a potenza: il make-up diventa essenziale e spesso grafico, l'hair styling assicura volume e controllo. L'industria della bellezza con loro acquista peso: è a quel punto che si intensificano le campagne di L'Oréal con lo slogan "Perché io valgo" e di Lancôme con "Believe in beauty". Parallelamente, Corinne Day introduce un'estetica radicale, grezza e anti-glamour: un diario fotografico che riporta le persone alla loro dimensione più fragile e reale. Nel 2004, Dove lancia un segnale forte con la campagna "Real Beauty", che punta all'elogio della normalità. A questa visione si affianca un ritorno alla rappresentazione onirica di Tim Walker, dove la bellezza surrealista entra in un universo fuori dal tempo e molto fantasioso. Sembra quasi un precursore dell'AI Art. Anche con Inez & Vinoodh l'immagine non rappresenta più il reale: la manipolazione digitale allunga gli arti, deforma, cambia le proporzioni, la post-produzione è dichiarata. Un immaginario che continua a conquistare i gusti della Gen Z. Ora, fotografi come Jamie Hawkesworth tornano all'analogico e all'attesa dello scatto giusto: il risultato è semplice e d'impatto, autentico e caldo. «A differenza del passato, se oggi la fotografia propone la correzione non lo fa per seguire un modello estetico, ma per crearlo. Non è più un discorso di modifica, di cancellazione, ma proprio di alterazione. Artificio è la parola corretta», racconta Francesca Spiller, proprietaria di Reading Room a Milano, uno spazio dedicato ai magazine contemporanei. «Un po' di anni fa *Dazed* uscì con un numero zero dedicato alla bellezza: c'erano visual generative, i primi esperimenti di AI. La beauty era creata da zero, disumana, e poi messa in copertina a mo' di manifesto. Il tema non è tanto se la bellezza è costruita o meno, ma quanto una rivista sceglie di veicolarla».

L'"immagine "ideale"

Quello che succede ora nel rapporto tra fotografia di moda, cosmetica e canoni di bellezza è strettamente legato all'AI. «Le fotocamere integrano sistemi di intelligenza artificiale, anche quelle degli smartphone. Non si tratta tanto di creatività ma piuttosto di computational photography, ovvero riconoscimento di volto, pelle, luce e della loro ottimizzazione in tempo reale», spiega Francesca Rossi, informatica e global leader sull'etica dell'AI di IBM. «L'AI analizza la scena durante lo scatto, applicando micro-correzioni su esposizione, texture e incarnato. Una base per i fotografi professionisti, che in post-produzione intervengono con maggiore controllo e personalizzazione». Le macchine sono quindi potenziate dai software: c'è l'effetto bokeh, "sfocatura" in giapponese, che simula la profondità di campo usando un algoritmo; la super resolution, che ricostruisce dettagli; o ancora il miglioramento automatico, che amplifica la nitidezza. I filtri AI abbinati ai programmi Meta hanno avuto un forte impatto sulle persone: «Hanno normalizzato l'immagine ideale: pelle perfetta, viso simmetrico e volumi armonizzati. Il problema dell'AI è la sua invisibilità, il fatto di non autodichiararsi, e quindi la mancanza di trasparenza: se il miglioramento è impercettibile può essere interpretato come reale. Nel futuro, sarà importante una maggiore consapevolezza critica». Così la bellezza passa da essere vissuta e reale a progetto da ricreare come desideriamo. Accade quindi che non sia più aspirazionale, ma concretamente replicabile nel mondo digitale, cambiando totalmente il rapporto che ognuno ha con la propria immagine nel mondo reale, portando al rifiuto della propria unicità. Vero è che «l'AI riflette e amplifica i canoni esistenti, perché apprende da materiali recuperati su web e quindi già filtrati culturalmente. Rafforza ciò che è dominante, invece di diversificarlo. Infatti stanno emergendo molti volti "AI-like", troppo perfetti, anche se plausibili. Si apre così una problematica etica, perché si creano estetiche inesistenti ma desiderabili. Allontanando sempre di più immagine e identità».

Supermodelle AI

Seraphinne Vallora è un duo di architette inglesi che progetta campagne stampa fashion utilizzando l'AI con donne "belle" e "perfette": «Ci ispiriamo al cinema e alla moda degli Anni 90. Le nostre protagoniste non sono mai cloni e per definirle segnaliamo nel prompt anche lo stato d'animo che devono avere, dolce, misterioso o aggressivo. Nei prossimi cinque anni crediamo che l'AI sostituirà gran parte della fotografia di moda, perché la qualità ormai è tale che spesso i consumatori non riescono a distinguere la differenza. Se un brand può ridurre drasticamente i costi mantenendo lo stesso risultato, la farà. Siamo state contattate da diverse aziende per produrre contenuti senza che sia evidente che sono generati dall'AI: crediamo che trasmettano lo stesso livello di emozione di un vero shooting fotografico». Giocando con la percezione umana, il confine tra realtà e fantasia si fa volutamente più sottile, invisibile. In Europa però c'è una legge che ha l'obiettivo di proteggere i diritti fondamentali degli utenti, garantire la sicurezza ed evitare deepfake aumentando la trasparenza: approvato nel 2024, con applicazione completa entro il 2027, l'AI Act prevede di informare quando la si usa. L'incentivo a essere ambigui arriva però dal mercato stesso e/o dai fruitori social: «I nostri contenuti sono, alla base, una decisione di business. Abbiamo testato molte espressioni di bellezza diverse. Il risultato è che le persone reagiscono di più alle donne splendide, quasi oniriche. Mentre le immagini imperfette performano peggio. Non abbiamo inventato nulla. Le supermodelle AI esistono per una ragione: sono adorate, catturano l'attenzione, generano engagement e quindi vendite. Stiamo semplicemente offrendo ciò a cui il pubblico risponde, utilizzando uno strumento diverso dalla telecamera. Neanche in passato abbiamo mai visto sulle riviste qualcuno appena sveglio, ma modelle sotto le luci, con ore di styling e di post-produzione: l'immagine finale è altamente costruita e ritoccata. L'AI è la stessa cosa, e non crediamo che svaluti la bellezza». Ma essendoci il rischio di confondere un corpo perfetto artificiale con un canone estetico naturale, l'AI Act esiste proprio per garantire la consapevolezza che certe creature non esisteranno mai, per non alimentare aspettative, disturbi psicologici, bias estetici.

Perfetto imperfetto

La buona notizia è che «l'AI non percepisce la bellezza in senso umano, anzi. La si può addestrare utilizzando modelli statici che dipendono da parametri non fissi, come simmetria, proporzioni o uniformità della pelle», continua Francesca Rossi. «Esiste un interesse crescente a rendere l'AI più rappresentativa della realtà, ma è una scelta culturale, non tecnica. È perciò fondamentale aggiornare questi dataset includendo immagini diverse, realistiche e non filtrate. Bisogna ricordarsi che l'AI non guida il cambiamento, ma lo segue e lo amplifica». È tutto nelle nostre mani, quindi. Un segnale positivo arriva dagli stessi medici estetici, che stanno notando un diverso approccio: «La perfezione inizia a essere sentita come finta, non credibile, poco autentica.

Ecco perché c'è una richiesta di ritorno alla naturalezza. Volti sfigurati da un accumulo di filler tentano di tornare alle origini con iniezioni di ialuronidasi, un enzima che scioglie parte dell'acido ialuronico riducendo i volumi, con il rischio però di sciogliere anche quello prodotto dall'organismo e quindi di svuotare un viso», spiega la dottoressa Maria Luisa Pozzuoli, specializzata in medicina estetica. «Online però continua a esserci una saturazione di visi standardizzati. Alcune giovani arrivano in studio chiedendo di assomigliare a una loro foto ritoccata con l'AI. Ma io non posso riprodurla». Secondo recenti ricerche pubblicate sulla rivista scientifica *Nature*, si stima che il dismorfismo – ovvero l'intensa preoccupazione per difetti fisici percepiti ma non visibili agli altri – colpisca intorno al 2 per cento della popolazione mondiale adulta. Tradotto: circa 120 milioni di persone, dato sottodimensionato perché non prende in considerazione gli adolescenti, categoria molto sensibile ai temi estetici. La conseguenza è stata, nei vent'anni appena passati, un boom di richieste per botox, filler e riempitivi protesici su seno, glutei o fianchi allo scopo di aumentarne i volumi. Ora, invece, «si sta tornando a valorizzare l'imperfezione, l'autenticità, la grana del viso proprio come nella fotografia analogica», continua Pozzuoli. «Il focus non è più la trasformazione dei volumi, ma la skin quality per essere libere di uscire senza trucco. L'obiettivo non è assomigliare a una supermodella finta, ma di sembrare riposate, sane, con una pelle che riflette la luce naturale».

Correzione biologica

Se nel passato si cercava di sembrare più giovani (paradigma dell'antiaging), oggi si cerca di essere la migliore versione di sé nella propria età (paradigma della longevity e del pro-aging). Il nuovo modello di bellezza supporta l'immagine nel tempo, coinvolge persone di qualsiasi età e non ha più radici nel ritocco di un difetto, ma piuttosto nel mantenimento dei segnali biologici che esprimono benessere. Risponde a questi desideri la medicina rigenerativa con trattamenti medico-estetici o formule cosmetiche che riattivano il metabolismo cellulare. «I protocolli servono per avere una pelle sana mantenendo alta la produzione naturale di collagene ed elastina. Per una giovane bastano due sedute di biorivitalizzazione all'anno, oppure un ciclo di radiofrequenze molto superficiale. Per le più agée invece ci sono due soluzioni.

Il difetto vale

Per scardinare ancora una volta i canoni di bellezza, la moda di questi ultimi tempi sta utilizzando il trucco prostetico. Come Balenciaga, Rick Owens, Matières Fécales. «Si usa la modifica del corpo per criticare l'omologazione, creare alienazione o per enfatizzare un messaggio distopico», spiegano gli artisti del make-up prostetico cinematografico Martina Sandonà e Valter Casotto, vincitore di un David di Donatello per *Il racconto dei racconti* di Matteo Garrone. «In questo contesto l'artificio è esibito e il volto diventa un accessorio scultoreo che dialoga con l'abito». È un esempio pratico di quando il trucco serve a imbruttire piuttosto che a correggere o abbellire. Nel loro lavoro è molto utile saper costruire "difetti" per rendere la persona più vera: «Un volto senza "errori" è un volto senza storia. Aggiungiamo pori, capillari, macchie solari o cicatrici perché conferiscono umanità e tridimensionalità. Rompono la monotonia della perfezione, permettendo allo spettatore d'identificarsi». È l'esperienza stessa di vivere quindi a dare valore alle imperfezioni. Il dolore per le cicatrici, il tempo per le rughe, il sole, una malattia: tutto può temprare il carattere oltre che il corpo, e un difetto può così essere anche un segnale di bellezza interiore, di vissuto che può rassicurare. Paradossalmente, l'effetto della chirurgia estetica su un volto – come nasi corretti, labbra gonfiate, zigomi ricreati con protesi – genera un'immagine più finta del trucco prostetico: «Cerchiamo di imitare le leggi della natura rispettando la gravità o il modo in cui la pelle si piega. Filler mal eseguiti o esasperati spesso le sfidano, creando volumi statici che non si muovono organicamente con i muscoli facciali. Una nostra protesi ben applicata su un attore può risultare più viva di un volto paralizzato dai riempitivi».

Post-identità

Il confine fra il make-up cinematografico e quello quotidiano è sempre più labile: «Tecnicamente, il primo lavora per l'obiettivo HD e 8K, e deve reggere l'ingrandimento estremo. Tuttavia, le persone oggi si truccano per l'obiettivo dello smartphone piuttosto che per la visione dal vivo, usando correttori e mega fondotinta, una stratificazione molto simile a quella di scena».

«Alcune chiedono di somigliare a una loro foto ritoccata con l'AI. Ma non si può riprodurre»

La prima è la radiofrequenza frazionata – la più famosa si chiama Morpheus 8 – abbinata a collagene-stimolanti, quindi molecole diverse dai cocktail di vitamine o dal semplice acido ialuronico. Per dare più struttura alla pelle», spiega Pozzuoli. «E poi si apre il capitolo esosomi, particelle messaggere iniettate nel derma che trasportano da una cellula all'altra proteine, rna, lipidi, investendosi quindi del ruolo di riattivatori biologici. Finora avevamo sentito parlare di esosomi estratti da sperma di salmone o da cordone ombelicale bovino, stesi poi sulla pelle dopo un leggero microneedling, ma di cui era vietata l'iniezione per via della loro incompatibilità con l'essere umano. Ora invece sono ricavati dal nostro stesso grasso in modo ambulatoriale, oppure dal sangue. Si fa il prelievo, si centrifuga, si estraggono le piastrine che, attraverso un macchinario, il Meta Cell Technology®, subiscono un percorso di fotobiomodulazione per liberare gli esosomi. È l'evoluzione del PRP». Una correzione del tessuto umano, utile anche in caso di cicatrici o ustioni. Medicina estetica e AI stanno iniziando a collaborare in modo costruttivo: «l'AI può fornire simulazioni predittive, visualizzazioni pre e post-intervento, e progettazione del volto. Questo può essere utile, ma anche pericoloso se passa il concetto che possiamo creare un prototipo del nostro corpo, da attuare come e quando vogliamo», conclude Rossi. Anche qui, siamo sempre nelle mani dell'essere umano, più che dell'intelligenza artificiale.

L'analisi sul futuro di Beautystreams, società di ricerca per trend beauty internazionali, chiarisce cosa c'è all'orizzonte: «L'immaginario del make-up high-fashion sta entrando in una fase post-minimalista decisiva, in cui l'imperfezione c'è ed è controllata, il colore serve per dare emozione e la pelle del viso è curata ma non coperta», spiega il direttore creativo Michael Nolte. «Sulle passerelle A/I 26, da New York a Shanghai, i beauty look si sono orientati verso un'estetica maggiormente espressiva, riflettendo un più ampio rifiuto della clean girl in favore dell'individualità. Gli occhi diventano protagonisti con un ritorno a eyeliner grafici, sfumature grunge e colori nostalgici – in particolare blu slavati e tonalità pastello – accanto a ciglia nude, senza mascara, un'assenza intenzionale. Le labbra poi sintetizzano la dualità di influenze tra l'AI e il nostalgico che sta attraversando il settore: da un lato sono morbide, sfumate e intime, come nel crescente trend delle blurred lip; dall'altro sono definite e sature, a segnalare un ritorno a una forma di power dressing attraverso il maquillage». In sintesi, il make-up high-fashion contemporaneo non riguarda più il semplice miglioramento, ma la progettazione: volti pensati per comunicare stati d'animo e identità. Il risultato è un linguaggio che appare al contempo più umano e più concettuale, allineando la bellezza alle ambizioni narrative della moda stessa.



Di grazia Il minimalismo è sopravvalutato
Di grazia Il minimalismo è sopravvalutato
Di grazia Il minimalismo è sopravvalutato
Di grazia Il minimalismo è sopravvalutato
Di grazia Il minimalismo è sopravvalutato
Di grazia Il minimalismo è sopravvalutato
Di grazia Il minimalismo è sopravvalutato
Di grazia Il minimalismo è sopravvalutato
Di grazia Il minimalismo è sopravvalutato
Di grazia Il minimalismo è sopravvalutato

sopravvalutato
sopravvalutato
sopravvalutato
sopravvalutato
sopravvalutato
sopravvalutato
sopravvalutato
sopravvalutato
sopravvalutato
sopravvalutato

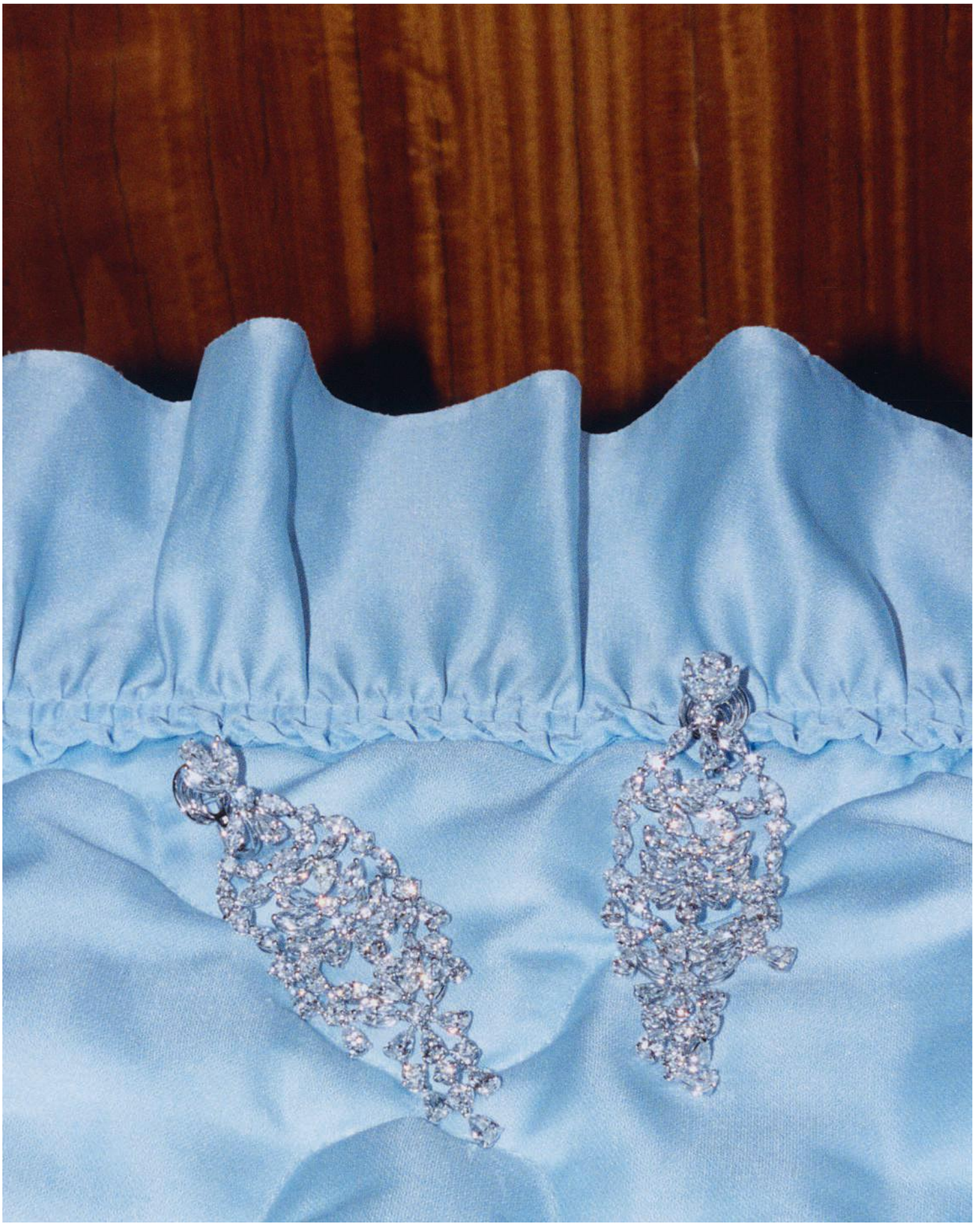
Photos
JEAN-MARIE BINET

Styling
MARIA GIULIA RIVA

Collier con 185 diamanti per 1,97 carati, 226 taglio pera per 90,39 carati, 26 taglio marquise per 5,58 carati e 25 taglio rotondo per 3,61 carati, CHOPARD.

In tutto il servizio.
Gioielli in oro bianco etico e diamanti certificati.





Orecchini con 44 diamanti taglio marquise per 12,43 carati, 38 taglio pera per 12,05 carati e 42 taglio rotondo per 7,82 carati, CHOPARD.







Bracciale con un diamante da 0,003 carati e 64 taglio pera per 20,77 carati.

Nella pagina accanto. Orecchini della collezione *L'Heure du Diamant* con 36 diamanti taglio pera per 2,95 carati e 6 taglio rotondo per 0,07 carati. Tutto CHOPARD.



Orecchini con 20 diamanti taglio pera per 5,84 carati e 2 taglio rotondo per 0,42 carati.

Nella pagina accanto. Orologio della collezione *Alpine Eagle* in acciaio Lucent Steel riciclato, ghiera con diamanti e quadrante in madreperla bianco. Tutto CHOPARD.





Anello con 60 diamanti per 0,21 carati, 4 taglio pera per 3,54 carati, 4 taglio marquise per 0,81 carati e uno taglio rotondo da 0,70 carati.

Nella pagina accanto. Orecchini della collezione *L'Heure du Diamant* con 34 diamanti taglio marquise per 4,20 carati e 2 taglio rotondo per 0,05 carati. Tutto CHOPARD.

Set: Studio Zero. Set Design: César Sebastien at Bryant Artists. Production: Cadence Image. Producer: Louise Akani.

FITZCARRALDO A VENEZIA
FRANCESCO VEZZOLI

Nel 2005 ero alla Biennale per la seconda volta, con un doppio impegno. La curatrice María de Corral mi aveva voluto al Padiglione centrale ai Giardini con *Trailer for a Remake of Gore Vidal's Caligula*, con Courtney Love nei panni dell'imperatore, mentre la Fondazione Prada presentava la mia installazione su Pasolini, *Trilogia della morte*, nella sede della Fondazione Cini all'isola di San Giorgio. Per questa bisognava trasportare 120 sedie *Argyle* di Mackintosh, ricamate, preziosissime, su gondola, ma durante il viaggio scoppiò una burrasca. Proprio in quel momento mi telefonò Courtney, esprimendo il desiderio di venire all'inaugurazione. Mi avrebbe fatto molto piacere, naturalmente, ma già pensavo all'impegno non indifferente di ospitarla in qualche albergo, che mi sarebbe costato più dell'intera produzione del video girato insieme. Le gondole surfavano sulla laguna in tempesta, le sedie erano in pericolo, lo staff della Fondazione Prada mi guardava con crescente preoccupazione e incombeva l'allegra minaccia della visita della rockstar: io mi guardavo dall'alto e riuscivo solo a pensare che era stata la mia ambizione smisurata a cacciarmi in quella scena alla *Fitzcarraldo*. Era tutto bellissimo.

La Biennale è diventata ipertrofica, e la superficialità con cui viene giudicato il proprio lavoro è quasi violenta. È come al festival di Sanremo: sei sul palco più importante, ma hai solo tre minuti



COURTESY OF STUDIO FRANCESCO VEZZOLI, MATTHIAS VRIENS

CON ALTRI MEZZI
ANDREA BELLINI

I padiglioni nazionali della Biennale di Venezia costituiscono da sempre uno dei dispositivi più singolari e ambivalenti della modernità culturale: spazi che, sotto l'apparente neutralità dell'arte, hanno storicamente operato come strumenti di rappresentazione politica e proiezione simbolica. Il problema se riaprire o meno il padiglione russo nel 2026 ruota attorno a questa sostanziale ambiguità. Se durante la Guerra Fredda è stato veicolo di soft power (con l'Unione Sovietica che insisteva su modelli figurativi legati al realismo socialista mentre gli Stati Uniti promuovevano l'espressionismo astratto come linguaggio della libertà individuale), a partire dagli Anni 90, con l'intensificarsi dei processi di globalizzazione, il padiglione come modello di legittimazione e gerarchizzazione culturale è entrato in crisi. Artisti, curatori e istituzioni hanno iniziato, quando ne hanno avuto la libertà, a interrogare la nozione stessa di rappresentanza nazionale, proponendo idee che mettevano in discussione identità fisse e appartenenze univoche. Quello tedesco, per esempio, più che uno spazio espositivo è diventato per gli artisti un luogo di confronto continuo e diretto con la propria storia. Interventi come *Germania* di Hans Haacke (1993), che frantuma il pavimento trasformando l'architettura in rovina percorribile, e *Church of Fear* di Christoph Schlingensief (2011), che ne fa un disturbante teatro politico, rifiutano ogni forma di rappresentazione celebrativa. Io stesso, quando ho curato il padiglione svizzero nel 2024, ho voluto giocare con quella logica di autonarrazione celebrativa attraverso la cultura. Realizzato dall'artista svizzero-brasiliano Guerreiro do Divino Amor, *Super Superior Civilizations* rappresentava una sorta di parodia del Paese, ironica e a tratti anche caustica, come presunto paradiso terrestre. Quest'anno il presidente della Biennale, Pietrangelo Buttafuoco, ha deciso di riammettere il padiglione russo in mostra, dopo la chiusura decisa nel 2022 a causa dell'aggressione all'Ucraina. La scelta ha fatto infuriare il ministro della Cultura Alessandro Giuli, che la considera non in linea con la posizione del governo. Buttafuoco, arditamente, resiste: l'arte rappresenta uno dei pochi luoghi in cui il dialogo è ancora possibile, anche (e soprattutto) in tempo di conflitto. Come dargli torto? In effetti la sua è un'indubbia verità, ma anche un'imbarazzante ingenuità. Il problema non è solo se la Russia debba partecipare, ma chi possa parlare oggi a suo nome. A tale riguardo è bene ricordare che nel 2024 sono stati proprio un manipolo di artisti e curatori israeliani a decidere di chiudere il loro padiglione nazionale finché non ci fossero stati un cessate il fuoco a Gaza e un accordo sugli ostaggi. Da un lato, dunque, un'autonomia proclamata dall'istituzione che rischia di produrre una rappresentazione senza effettiva indipendenza, dall'altro, una reale e coraggiosa autonomia artistica che si traduce in silenzio.



COURTESY OF SAMUELE CHERUBINI

La storia di un'iniziazione, di un'avventura indimenticabile, di un apprendistato politico, di un disastro(?) che cambia di segno nel tempo. È quello che abbiamo raccolto dopo aver chiesto ad artisti e curatori un racconto della loro Biennale per accompagnare la nuova edizione, la 61esima, pensata dalla prematuramente scomparsa Koyo Kouoh ed ereditata dalla sua squadra di collaboratori. >

FALLIRE MEGLIO
FRANCESCO BONAMI

Era l'inizio di primavera del 2002 ed ero seduto a un tavolino nella hall dell'hotel Bauer a Venezia. Aspettavo che il presidente della Biennale Franco Bernabè mi telefonasse dopo il consiglio d'amministrazione per confermare la mia nomina a direttore artistico della 50esima Esposizione Internazionale d'Arte. Erano passate le 18 e la telefonata non era ancora arrivata. Cominciava a fare buio, anche dentro di me: l'Italia, il Paese in cui tutto quello che sembra procedere bene all'improvviso va storto, sembrava alimentare un pessimismo sempre più nero. Vittorio Sgarbi, sottosegretario alla Cultura di allora, era fortemente contrario alla mia nomina e preferiva Robert Hughes, un critico d'arte australiano. Nel CdA della Biennale, poi, c'era il perfido Valerio Riva, che mi odiava senza neppure conoscermi. Così tra nemici, buio veneziano e telefono muto, mi stavo convincendo che il sogno di ogni curatore d'arte contemporanea, occuparsi della Biennale, era sfumato. Alle 19, sconsolato, mi alzai e uscii dall'hotel, la città era già deserta. Fu allora che arrivò la chiamata di mia madre: «Checco!» – così mi chiamavano in famiglia a Firenze – «è vero che ti hanno fatto curatore della Biennale? La mia amica Fiorella l'ha sentito alla radio». Mia madre non sapeva niente di arte contemporanea, a malapena sapeva che mestiere facessi: per lei e per mio padre quel lavoro poteva essere una pratica medica poco ortodossa. Ma la Biennale è il Festival di Sanremo dell'arte, esserne nominati curatori è come avere la canzone vincente, la sanno tutti. Ciò che l'amica Fiorella aveva sentito alla radio era dunque la prova dell'esistenza di Dio, non c'era più spazio per dubbi e pessimismo.

Il mio viaggio in quell'avventura umana e professionale è iniziato così. Sarebbero arrivate valanghe d'insulti e critiche feroci, ma oggi, a quasi un quarto di secolo di distanza, tutto mi sembra magico. Posso anche abbandonarmi all'arroganza senile affermando che quella è stata l'ultima vera Biennale. Dopo ci sarebbero state grandi e magnifiche mostre, ma mai più Biennali, che non sono solo un progetto ma un'avventura, un film d'azione, un thriller, una tragedia e una commedia. La mia, *Sogni e conflitti - La dittatura dello spettatore*, aveva titoli premonitori nelle opere o nelle sezioni: *Clandestini*, *Zona d'urgenza*, *Stazione Utopia*, *La nazione senza stato*, *La chiesa della paura*. Temi che allora sembravano strampalati ma oggi sono terribilmente attuali. I detrattori mi accusarono di tutto, anche dei 40 gradi nei giorni dell'inaugurazione: sembrò un insuccesso colossale, il compimento di quella frase di Samuel Beckett sul fallire ancora, fallire meglio. Col senno di poi, quell'esperienza è diventata un trionfo: della speranza, dell'incoscienza e, lo ammetto, anche della fortuna. Grazie mamma!

Le Biennali non sono solo un progetto ma un'avventura, un film d'azione, un thriller, una tragedia e una commedia. La mia aveva temi che allora sembravano strampalati, ma oggi sono terribilmente attuali



ARCHIVIO STORICO DELLA BIENNALE DI VENEZIA - ASAC

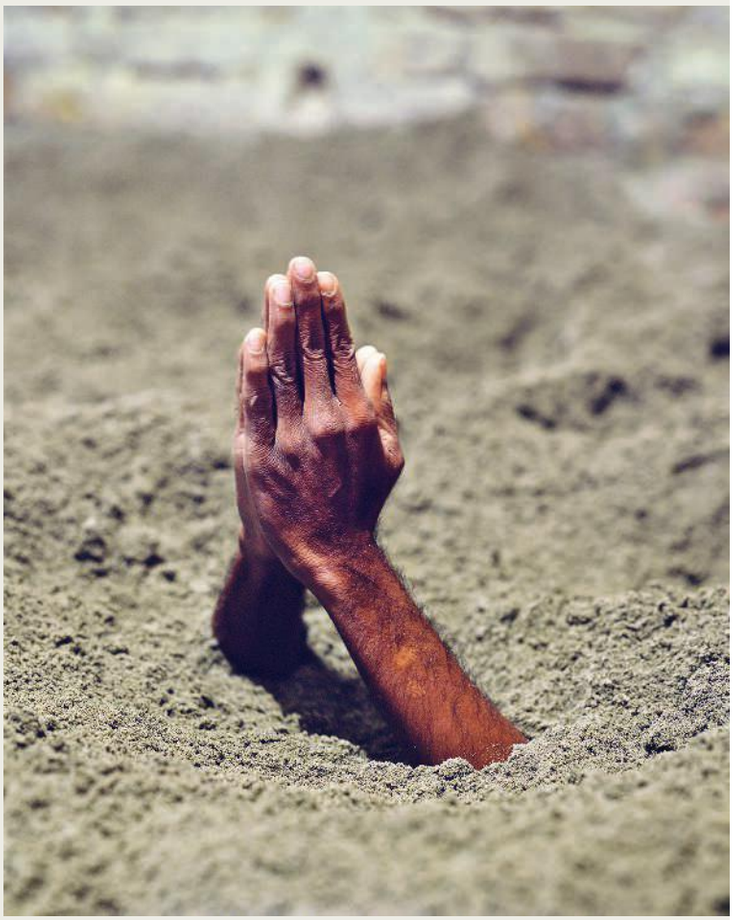
Sopra, l'artwork della 50esima Biennale di Venezia, dal titolo *Sogni e conflitti - La dittatura dello spettatore*, curata nel 2003 da Francesco Bonami. Nella pagina accanto: a sinistra, due immagini dal video *Trailer for a Remake of Gore Vidal's Caligula* (2005) di Francesco Vezzoli, con Courtney Love nei panni dell'imperatore; a destra, installation view di *Super Superior Civilizations* di Guerreiro do Divino Amor, al padiglione Svizzera della Biennale 2024 curato da Andrea Bellini.

La carica emotiva o critica del rendiconto delle loro esperienze forse sorprende un po': da personaggi così affermati, così conosciuti, ci si aspetterebbe un riserbo e una "compostezza" per fortuna disattesi. Ne viene fuori una piccola collezione di educazioni sentimentali, che in fondo è la lettura di *Bazaar* di *In minor keys*, il titolo scelto da Kouoh per una mostra che nelle

UN BILLBOARD
MAURIZIO CATTELAN

La prima Biennale non si dimentica. È come il primo bacio: non sai bene cosa stai facendo, ma capisci subito che qualcosa è cambiato. Era l'inizio degli Anni 90. A New York Rudolf Stingel mi presenta Francesco Bonami. Più che i lavori, credo gli piacessero i miei racconti. Poco dopo, da lui arriva l'invito a Venezia. Non ho dormito per giorni: non era solo un'occasione, era il permesso di esistere. Mi è sempre piaciuto stare a Venezia, ma non da turista. La Biennale è un lasciapassare: per qualche giorno entri nel tessuto della città. La comunità artistica si disperde tra calli, bacari, chiese, caffè. Tutto sembra casuale, ma non lo è mai del tutto.

Poi viene la mostra, ma non è mai una sola. È un sistema che si espande: padiglioni, eventi, mostre parallele. Non è lineare, è fatto di deviazioni. Ogni curatore prova a dire cosa siamo, o cosa dovremmo essere. Oggi le biennali non riassumono più, inseguono. Il calendario è continuo, globale. Tutto succede sempre, ovunque. A volte l'unica vera differenza è il fuso orario. Per la mia prima Biennale misi a disposizione uno spazio: un billboard. Lo affittai a un'agenzia pubblicitaria, che lo usò per una campagna. Io mi limitai a guardare. Il titolo era *LAVORARE È UN BRUTTO MESTIERE*. A pensarci, non era un titolo. Era già una diagnosi.

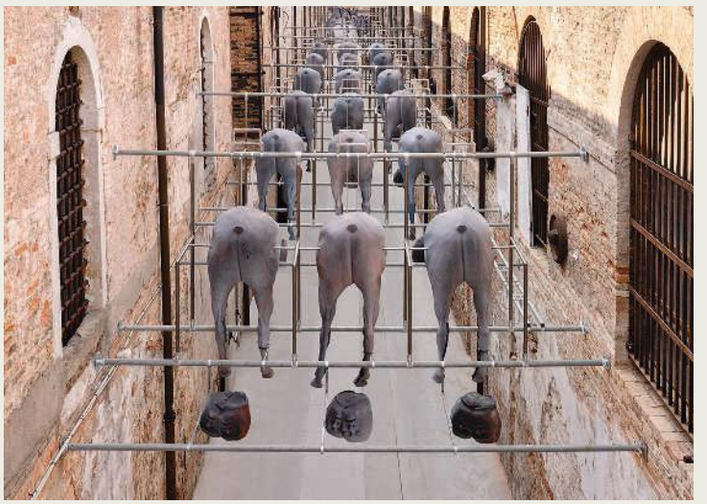


ATTILIO MARANZANO/COURTESY OF MAURIZIO CATTELAN'S ARCHIVE

LA SERA PRIMA
CECILIA ALEMANI

Curare la 59esima Esposizione Internazionale d'Arte alla Biennale di Venezia è stato un viaggio trasformativo, un archivio vivo di memorie e sfide che non avevano precedenti. Nell'immaginario comune, il curatore è una figura solitaria immersa nella teoria; nella realtà, somiglia più a un direttore d'orchestra chiamato a far suonare una partitura complessa in un teatro in moto perpetuo. La Biennale è, per vocazione, un immenso progetto collettivo. Quell'esperienza mi ha insegnato a danzare con la complessità su scala monumentale: far quadrare budget importanti e attivarsi per raccogliere fondi, coordinando oltre duecento artisti, ognuno con la propria visione e la propria, necessaria, irruenza creativa. Ma il vero esercizio di equilibrio è stato armonizzare l'intero ecosistema che rende possibile il miracolo: il team interno, gli allestitori, i trasportatori, i tecnici, i corrieri. Un universo di maestranze invisibili che rappresenta il cuore pulsante della macchina. L'aspetto più sorprendente rimane la resilienza quasi magica di questa istituzione. Nonostante il caos logistico e l'incertezza, alla fine la Biennale "funziona" sempre. Conservo tanti bellissimi ricordi, ma un momento speciale è stato sicuramente il giorno prima dell'opening.

A sera inoltrata, nel silenzio assoluto, camminavo tra le navate dell'Arsenale e le sale del Padiglione Centrale per un controllo finale: ogni opera era al suo posto, le luci erano puntate, le didascalie pronte. In quelle pochissime ore, la mostra è per l'ultima volta solo tua, materializzata esattamente come l'hai sognata e studiata per mesi: è un'intimità potente e privata, lo sguardo personale definitivo prima di condividerla con il mondo. Cosa ho imparato? Che l'arte non deve solo occupare uno spazio, deve saper creare una comunità. Se potessi tornare indietro, rifarei la scelta di una narrazione corale e inclusiva, che ha permesso di riscoprire figure storiche dimenticate e nuove voci necessarie. La mia Biennale, *Il latte dei sogni*, mi ha confermato che l'arte ha ancora il potere straordinario di re-incantare il mondo, offrendo lenti diverse per guardare un futuro che, per quanto imprevedibile, aspetta solo di essere immaginato.



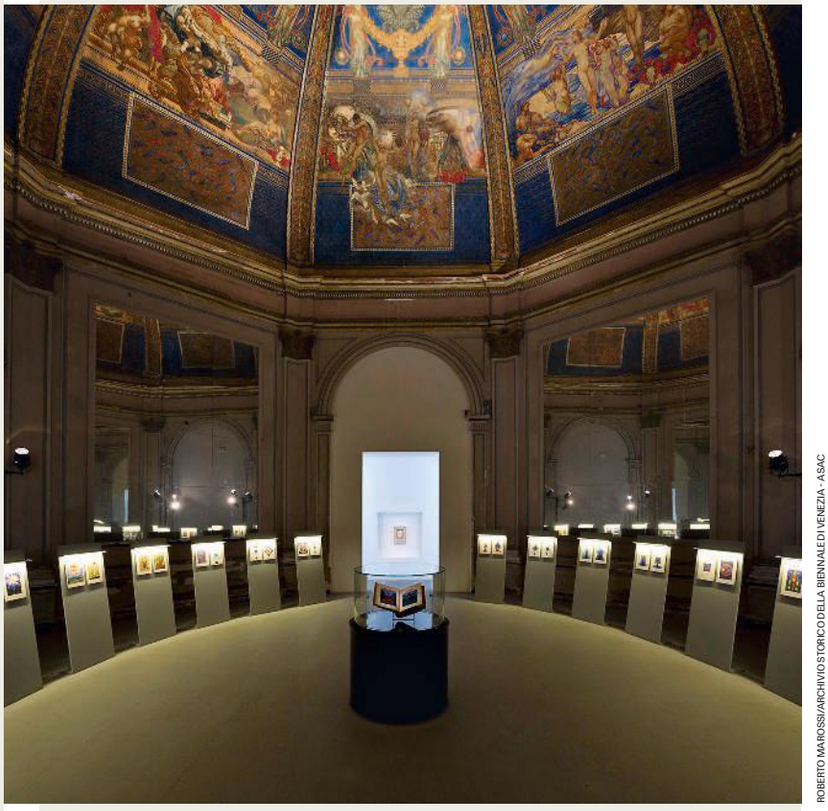
ANDREA ROSSETTI/COURTESY OF THE ARTIST AND LA BIENNALE DI VENEZIA

intenzioni raccoglie, come ha scritto nel testo di presentazione, “il sensoriale, l’affettivo, il soggettivo”. Ma, sempre per fortuna, non tutto è così conciliante. Da questi racconti emerge qua e là anche la radice, la ragion d’essere dell’arte contemporanea e di una Biennale che voglia restare rilevante: l’osservazione, polemica e immaginativa, del proprio tempo. B

RICORDO TUTTO
MASSIMILIANO GIONI

Devo confessare che ho imparato più dalle Biennali degli altri che dalla mia. La prima, comunque, non si scorda mai. Per me è stata quella di Achille Bonito Oliva nel 1993: una mostra fatta da decine di altre mostre, con i padiglioni nazionali leggendari di Hans Haacke e Nam June Paik, Richard Hamilton e Ilya Kabakov, e con *Aperto* – la sezione dedicata ai giovani – che avrebbe lanciato la carriera di artisti come Matthew Barney, Vanessa Beecroft, Maurizio Cattelan, Damien Hirst, Charles Ray, Pipilotti Rist, Rudolf Stingel, Rirkrit Tiravanija. Era diretta da Helena Kontova, la guida di *Flash Art International*, sposata al suo inarrestabile editore, Giancarlo Politi, scomparso lo scorso febbraio. Ho intervistato Bonito Oliva per un libro uscito nel 2024, *Caffè Paradiso*, in cui ho raccolto i racconti di tutti gli ex direttori artistici della Biennale a partire proprio dal 1993. Con il suo consueto senso dell’assurdo, mi ha detto che quando l’avevano nominato curatore era indeciso a tutto e pronto a niente: chi vede l’esposizione da fuori, bella e finita, non capisce le notti insonni, il budget che non basta mai, le centinaia di artisti con le richieste più improbabili, i cartoni di pizza, le bottiglie di birra e gli appartamenti in affitto condivisi come studenti fuori sede. In 131 anni alla Biennale non è mai venuto in mente di comprare un appartamento per il direttore, forse perché non erano sicuri di tenerla davvero ogni due anni.
Di solito mi ci aggiro mangiandomi le unghie, prendendo appunti, solcando a larghi passi le sale per misurarle, cercando di memorizzare non solo le opere, ma le distanze tra loro. Ricordo ancora tutte le Biennali visitate e in *New Humans: Memories of the Future*, che ho lanciato a marzo al New Museum di New York, ci sono oggetti che avevo visto in quella di Jean Clair nel 1995 – su tutti l’Homunculus di Wilder Penfield – che ho inseguito e desiderato includere in una mostra sin da allora.
Naturalmente ripenso con affetto alle Biennali in cui sono stato più coinvolto: quella di Francesco Bonami – “una meravigliosa catastrofe”, come l’ha descritta lui – o quella di Cecilia Alemani, alla quale sono sposato, che i miei genitori hanno trovato più bella della mia. Di ogni altra edizione rammento ancora tantissime opere: la notte, quando non riesco a dormire, ripasso mentalmente le sequenze delle sale, come i compagni delle elementari facevano con le formazioni dei calciatori.
Della mia, *Il palazzo enciclopedico*, ho sempre presenti gli artisti, le opere, le amicizie, le liti, gli allestitori, lo staff, i visitatori. Sono venuti, per citare a caso, Alberto Arbasino, Hans Belting, Jovanotti e Georges Didi-Huberman. Ho pranzato con Giorgio Napolitano e cenato con Umberto Eco, oltre ad aver incontrato migliaia di ragazzi e ragazze da tutto il mondo, collezionisti, famiglie e curatori, dalla Nigeria alla Siberia. Qualcuno forse ancora ricorda *Il Libro Rosso* di Carl Gustav Jung e la presenza massiccia di outsider: artisti, dottori e malati, tutti sotto lo stesso tetto, senza distinzioni, tutti ugualmente eccentrici. “Arte espansa”, per dirla con Mario Perniola.
Uno dei più bei privilegi del curatore – oltre ad avere a disposizione un motoscafo durante i giorni dell’inaugurazione – è la possibilità di girare in bicicletta tra le opere d’arte e le colonne dell’Arsenale. Sarà la laguna, ma la Biennale offre a ogni direttore l’illusione di essere il capitano di una grande nave. Che quest’avventura si svolga in gran parte all’Arsenale è più che un felice scherzo del destino: sin dal Medioevo la fabbrica più antica d’Italia, che Dante citò nell’*Inferno*, offre un modello di operosità efficiente, caotica e tutta italiana. Da questa fucina delle meraviglie ogni due anni emerge quasi miracolosamente la Biennale d’arte e quando la incroci, anche per caso, di sicuro non la scordi più.

Chi vede la Biennale da fuori, bella e finita, non capisce le notti insonni, il budget che non basta mai, le centinaia di artisti con le richieste più improbabili, i cartoni di pizza, le bottiglie di birra e gli appartamenti condivisi come studenti fuori sede



ROBERTO MAROSSI/ARCHIVIO STORICO DELLA BIENNALE DI VENEZIA - ASAC

Sopra, *Il Libro Rosso* (1914) di Carl Gustav Jung nel padiglione centrale dei Giardini alla Biennale del 2013 *Il palazzo enciclopedico*, diretta da Massimiliano Gioni. Nella pagina accanto: a sinistra, un’immagine di *Mother* (1999), performance progettata da Maurizio Cattelan e presentata all’apertura della 48esima edizione; a destra, *dead dance* (2022), installazione di sculture in metallo, resina e fibra di vetro di Giulia Cenci alla 59esima Biennale, *Il latte dei sogni*, curata da Cecilia Alemani.

Archetype: il grembiule Archetype: il grembiule
Dal focolare alla passerella: storia di un simbolo ambiguo tra cura, potere e performance
Archetype: il grembiule Archetype: il grembiule
Dal focolare alla passerella: storia di un simbolo ambiguo tra cura, potere e performance
Archetype: il grembiule Archetype: il grembiule
Dal focolare alla passerella: storia di un simbolo ambiguo tra cura, potere e performance
Archetype: il grembiule Archetype: il grembiule
Dal focolare alla passerella: storia di un simbolo ambiguo tra cura, potere e performance
Archetype: il grembiule Archetype: il grembiule
Dal focolare alla passerella: storia di un simbolo ambiguo tra cura, potere e performance
Archetype: il grembiule Archetype: il grembiule
Dal focolare alla passerella: storia di un simbolo ambiguo tra cura, potere e performance
Archetype: il grembiule Archetype: il grembiule
Dal focolare alla passerella: storia di un simbolo ambiguo tra cura, potere e performance
Archetype: il grembiule Archetype: il grembiule
Dal focolare alla passerella: storia di un simbolo ambiguo tra cura, potere e performance
Archetype: il grembiule Archetype: il grembiule

Quando si pensa al grembiule la mente si popola di tacchini sudati, biscotti fumanti, cameriere efficienti e un intero presepe di falegnami, fabbri e calzolai. È notoriamente una “roba da sopra”, femminile o maschile, che si indossa per funzione o per ornamento, un pezzo di stoffa legato intorno ai fianchi che copre la parte anteriore del corpo per proteggere l’abito quotidiano dagli effetti del lavoro. Anche se la tuta si è impadronita delle nostre menti, niente lo ha davvero soppiantato: ancora oggi, immutabilmente, resta fra gli strumenti più pratici per preservarci dalla sporcizia.

Il primo riferimento simbolico si potrebbe far risalire alla Genesi: “Allora si aprirono gli occhi a entrambi e si accorsero che erano nudi; e cucirono foglie di fico e se ne fecero cinture”. La proverbiale foglia di fico della Bibbia, che nasconde le vergogne, sarebbe tornata utile anche per evitare gli effetti deleteri del lavoro sul corpo, visto che di lì a poco Adamo ed Eva sarebbero dovuti andare, appunto, a lavorare.

Dal punto di vista del design, il grembiule è una mezza mela, un abito a metà: il bavaglino-seno (in centro Italia quello con la pettorina è detto zinale, da “zinne”), la gonna-grembo (da cui la parola “grembiule”), la tasca-borsetta. Quello da lavoro, disadorno e resistente, ha l’aria affidabile di chi non ha fronzoli per la testa; quello indossato come accessorio alla moda, realizzato nei materiali più preziosi, praticamente non serve a niente, ma è assurto addirittura a emblema di autorità e purezza, dall’antico Egitto alla massoneria moderna. Gli affreschi nella tomba di Thutmose IV, prima rappresentazione di un grembiule, mostrano il defunto faraone con un triangolo inamidato – punta in vita e base vicino alle ginocchia – sopra lo shendit di lino.

Se nel Medioevo gli artigiani usano quelli di cuoio per le attività più pericolose, i commercianti delle corporazioni ne fanno un segno di appartenenza; se le domestiche lo utilizzano per svolgere le incombenze nelle case padronali, le padrone cominciano a portarne uno nel XVII secolo per non dover lavare il loro costoso abito, spesso l’unico.

Text
SILVIA VACIRCA

Photo
ROBERTO GRECO





Grembiule in cloqué a fiori, top, tutto MIU MIU.

Dai Medici alla corte di Versailles, fra Seicento e Settecento i bambini delle famiglie nobili, maschi e femmine, indossano grembiulini di tessuto bordato di trine o interamente di merletto: il piccolo James Francis Edward Stuart fra le braccia di Maria di Modena, le principesse gemelle Louise Élisabeth e Henriette di Borbone-Francia, l'infanta Isabella di Borbone-Parma li sfoggiano nei ritratti ufficiali. A fine Ottocento, l'anziana regina Vittoria ne esibisce di raffinatissimi.
Quel capo trasversale alle classi e ai mestieri, imprescindibile nei costumi tradizionali di tutta Europa, uniforme della domestica, dell'infermiera, della sarta e dell'operaia, entra nel sistema della moda già nei primi decenni del Novecento. Compare nelle riviste e nelle collezioni: maison come Paquin ne propongono versioni eleganti (celebri gli abiti da sera con apron ricamati dei primi Anni 10), mentre più in generale la haute couture inizia a giocarci traducendolo in elemento decorativo, leggero e talvolta trasparente. Questa doppia natura si consolida tra gli Anni 30 e 40. Durante la Grande depressione e il secondo conflitto mondiale, diventa uno spazio di creatività naïf: si cuce con ciò che si ha, si orna, si reinventa. È un oggetto necessario, ma al contempo espressivo. Nel dopoguerra, tempo di espansione e consumi, assurge a re della cucina. Spesso privo di zip o bottoni, è fissato con lacci e si infila dal collo, quasi fosse un paramento sacro. La stay-at-home-wife si trasforma, da cameriera della famiglia, in una sorta di sacerdotessa del tempio domestico, caldo e operoso. Le cronache dell'epoca raccontano di donne che "scelgono" di cucinare, rivendicando una forma di autonomia all'interno della propria abitazione. Le americane confezionano grembiuli da sé, seguendo i cartamodelli di *McCall's* e di altri giornali. I design riflettono il desiderio di modernità: tessuti colorati, ricami più decorativi che funzionali. I modelli festivi sono i più fantasiosi: raso rosso, ricami di calici scintillanti, fuochi d'artificio, gatti neri e zucche di Halloween. A colei che li mette danno la gioia di essere stilista di sé stessa. Gli elettrodomestici – lavastoviglie, congelatore, lavatrice che promettono di ridurre il tempo dei lavori di casa – lasciano spazio a una nuova socialità. Intrattenere gli ospiti diventa un dovere e un piacere. Il cocktail apron si diffonde come simbolo del nuovo stile di vita suburbano: si indossa per ricevere, servire e apparire. I grembiuli si moltiplicano: per Natale, Pasqua, coordinati con tende, tovaglie e con i look delle figlie, matchy-matchy. All dressed up and nowhere to go: è l'immagine di una famiglia compatta, autosufficiente, che vive e si rappresenta sempre insieme. Nessuna casalinga si sognerebbe di uscire di casa in grembiule, tolto in fretta quando l'imprevisto o la spesa chiamano, ma è in questo periodo che la moda codifica la cosiddetta "apron idea", sperimentando silhouette che ne riprendono struttura e funzione. Quei capi un tempo negletti compaiono sopra i primi tubini: Bonnie Cashin ne disegna di leggeri e moderni, come quello in organza a righe orizzontali bianche e rosse, pensati per essere portati su abiti in crêpe e venduti nei grandi magazzini americani.
Negli Anni 60 arriva la rottura. Il movimento femminista cerca di affrancare la donna dall'identificazione esclusiva con la casa e quell'indumento diventa simbolo di costrizione: molte lo abbandonano, lo relegano in soffitta. Ma, proprio mentre perde il suo tradizionale scopo, il grembiule si libera facendosi prendisole cool o assumendo un'inedita connotazione erotica, se indossato sul corpo nudo. Da allora, riaffiora con continuità: dall'esemplare minimalista di Fendi (1984) alla versione per eleganti naughty rock girl disegnata da Riccardo Tisci per Givenchy (1991), da Maison Margiela a Dior, da Jacquemus a Marine Serre, ritorna come costruzione, citazione del lavoro. Raccontando le storie complesse che stanno dietro alle immagini di donne con quel semplice, amato e odiato pezzo di stoffa, celebra la vita casalinga a epoche alterne. Nuove forme di domesticità – anche legate a dinamiche di classe e rappresentazione – riportano attenzione sul "fare casa". Oggi, le riviste di home sewing vendono bene e le rich housewife riscoprono le cosiddette "faccende", non soltanto per nostalgia di un tempo idealizzato come più facile, ma per desiderio di riconnettersi alla casa come focolare e, soprattutto, distinguersi da chi ha bisogno di lavorare per vivere.
Da strumento indispensabile della dimensione privata a oggetto vintage da collezione, fino a tendenza dell'alta moda contemporanea: uno dei più antichi indumenti riappare come uno dei più nuovi sulle passerelle della P/E 26, dove le modelle sembrano tutte pronte per lavare i piatti o risciacquare i panni. Miu Miu ne propone una grande varietà: da lavoro blu, in pelle nera, con volant e motivi rétro. Il comunicato stampa parla di una "riflessione sul lavoro femminile". L'ispirazione viene da *Women at Work*, libro fotografico di Helga Paris con ritratti di donne nella fabbrica tessile Treff-Modelle di Berlino Est. Rielaborato attraverso uno styling iperrealistico da Lotta Volkova, il capo diventa costume, citazione. Le giovani ricche lo scelgono come affermazione estetica, in solidarietà con chi deve indossarlo per forza. Con effetti lisergici. Ovviamente, nessuna lo porterà per costruire la libreria. È un modo per evocare il lavoro senza praticarlo davvero, una fantasia del lavoro o il lavoro come fantasia: un'idea che, nell'epoca dell'intelligenza artificiale, suona meno astratta di quanto sembri.






Il grembiule sulle passerelle P/E 26. Sopra, da sinistra, dalle collezioni di HODAKOVA, MIU MIU, COURRÈGES, CALVIN KLEIN (photos: Launchmetrics/Spotlight, courtesy of Courrèges and Calvin Klein). Fashion Editor: Riccardo Fontana. *Per le pagine precedenti.* Styling: Lune Kuipers at Lambert | Lambert.

RoC®
CLINICALLY PROVEN

Harper's BAZAAR Italia

DAL *12 GIUGNO* IN EDICOLA CON *HARPER'S BAZAAR*
CREMA SOLARE PROTETTIVA VISO 50+ A €1,90*

*oltre il prezzo di Harper's Bazaar



Aneta Grzeszykowska è presente in quasi tutte le foto di famiglia che scatta, non sempre nei panni di sé stessa. Nella sua opera, che si muove tra fattuale e fittizio e presenta a volte le caratteristiche di un'illustrazione in un libro di fiabe, la realtà può essere difficile da definire con precisione. Lavorando con sua madre e sua figlia, ne assume entrambi i ruoli, indossando maschere di silicone – un riferimento all'artista britannica Gillian Wearing – che coprono l'intero volto e rendono la confusione ancora più affascinante. E sublime. Anche mentre mette in discussione e sovverte i concetti di identità fissa e dinamiche familiari, Grzeszykowska si avvicina molto ai suoi soggetti, includendo anche noi. Il suo lavoro è seducente, tanto piacevole quanto inquietante. Se si tratta di un sogno, non vogliamo svegliarci.

Nata a Varsavia nel 1974, dove ancora vive e lavora, sceglie ambientazioni generiche per le sue fotografie: laghi, boschi, zone per fare il bagno e interni scuri e vissuti. "Tratto l'arte come un'entità parallela alla vita", ha dichiarato in un'intervista ad *ArtsCore*. "Una linea che le scorre accanto, la sua immagine speculare, l'edera che si arrampica su un grande albero". Non sorprende che abbia realizzato una ripetizione della prima serie di Cindy Sherman, *Untitled Film Stills*, interpretando la fotografa che interpreta a sua volta l'everywoman diventata iconica. L'artista polacca abbandona il suo sé e lo condivide liberamente con sua madre e sua figlia, che lo assorbono e riflettono. "Il soggetto del mio lavoro non sono io", ha spiegato a *Secondary Archive*. "Il mio corpo, la mia identità e la mia esistenza sono solo materiale per la mia ricerca". Se questo può sembrare alienante o respingente, i risultati raramente lo sono. Per quanto l'approccio sia tortuoso, Grzeszykowska mira direttamente alla tesa intimità tra genitori e figli. Un aspetto reso ancora più complesso nelle sue ultime opere, in cui usa maschere in silicone così realistiche da risultare inquietanti, fonte di un'ulteriore fusione di realismo e surrealismo diventata il suo tratto distintivo.

La serie più recente, *Daughter*, include madre, padre e figlia, che spesso scambia i ruoli con l'artista. Diversi scatti suggeriscono un idillio di famiglia: galleggiare fianco a fianco (o da sole e nude) in un lago, scambiare confidenze in una foresta di grandi alberi antichi, intrecciare e indossare una corona di foglie.

Per quanto sia accuratamente realizzata, quella maschera appare anche molle e inespressiva. Chiunque la indossi sembra vuoto, bisognoso o ansioso. Anche le immagini più bucoliche di Grzeszykowska ricordano così il momento dell'apparizione dell'assassino psicopatico in uno slasher, lama luccicante alla mano. "Tutte le mie opere sono in equilibrio tra il terrificante e il divertente, l'assurdo", ha spiegato al magazine *office*. Nulla di tutto ciò funzionerebbe, né risulterebbe così affascinante, se le fotografie non fossero anche sottili e stratificate. "Si tratta dell'esperienza tra il reale e l'artificiale". Lo spazio in cui la maggior parte di noi, volente o nolente, si ritrova. B



Text
VINCE ALETTI

Photo
ANETA GRZESZYKOWSKA

Outro/Intro
Outro/Intro
Outro/Intro
Outro/Intro
Outro/Intro
Outro/Intro
Outro/Intro
Outro/Intro
Outro/Intro
Outro/Intro
Outro/Intro
In ogni numero, un membro della community di *Bazaar Italia* presenta una voce unica che dà forma al futuro.
Questo mese Vince Aletti introduce Aneta Grzeszykowska, artista che gioca con le identità e lo spazio inquieto tra reale e fittizio
Outro/Intro
Outro/Intro

Sopra, *Daughter #09* (2025). In questa foto con la figlia, Aneta Grzeszykowska frantuma la linearità del tempo indossando una maschera di silicone che riproduce il suo stesso volto all'età di 14 anni, ricostruito filologicamente da archivi familiari. Evoluzione concettuale di *Mama* (2018), la serie *Daughter* – scattata fra Italia e Polonia – è stata concepita nell'estate del 2025 durante la residenza presso la Fondazione D'ARC di Roma, che fino al 24 maggio ospita *All'improvviso*: in mostra, vent'anni di ricerca dell'artista polacca, incluso un nucleo di lavori inediti realizzati nella capitale.

KIKO

MILAN

3D HYDRA LIP GLOSS

Preparati a brillare!
Sfoggia un sorriso in 3D
Il gloss n.1 di KIKO

GLOSS UP YOUR LIFE!

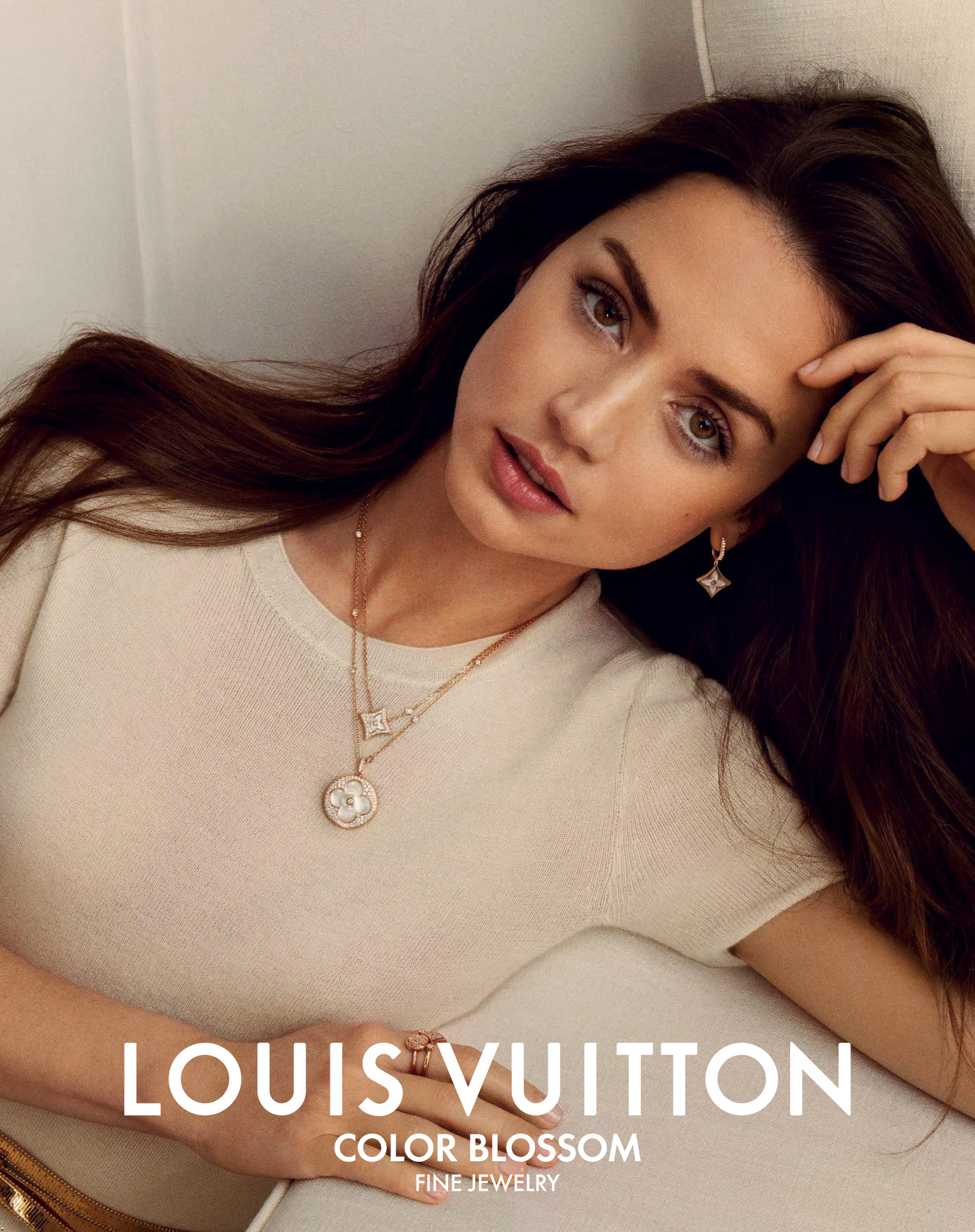
Emily indossa la shade 05



Celebriamo dieci anni di:

Idratazione fino a 10 ore*
Luminosità 3D leggendaria
Zero effetto appiccicoso
Lucentezza Next-Gen

*Test strumentale.


LOUIS VUITTON
COLOR BLOSSOM
FINE JEWELRY