

ELLE

PREZZO SPECIALE
**1€
,50**

Weekly

ELLE

ITALIA

Ho voglia di...
GUIDA AL NUOVO
SHOPPING
CONSAPEVOLE

Moda
26 STILI
SUPER **ELLE**

LE RAGAZZE
DELL'HORROR
GIOVANI REGISTE
"DA URLO"

VACCINO
A CHE PUNTO
SIAMO?

Speciale anniversario

HAPPY 75!
DALLA FRANCIA AL RESTO DEL MONDO,
STORIA DEL GIORNALE CHE
HA "LIBERATO" LE DONNE

NABOU THIAM



l'attenzione sul design e sul viso. La *Zoom fatigue* si vede e non ci piace. «Rispetto a prima del lockdown il lavoro è aumentato del 25 per cento», conferma il chirurgo plastico Antonio Ferrara. «Più medicina estetica che chirurgia. Chiedono trattamenti che diano benessere e salute alla pelle, ma soprattutto un risultato naturale. Sono più informati, attenti alle sostanze, per esempio la biostimolazione con acido ialuronico non animale è più gradita». Per lo stesso motivo, la vendita di orecchini è aumentata: poco importa se si impigliano nell'elastico delle mascherine, si vedono nelle videocall. E così il brand Agapanthus Gioielli, dopo il lockdown, ha aperto il secondo negozio milanese, in Corso Garibaldi (il quinto in Lombardia) e segna un +53 per cento nella vendita di orecchini rispetto al 2019. L'incremento dell'online è stato del 300 per cento e chi va in negozio prima si informa bene su Instagram: quale pietra, quanti carati, che tipo di oro...». Nei colori, c'è una polarizzazione: «La tendenza è il naturale, la tintura non tossica», spiega Federica Montelli. «Il bianco crema del lino, l'alpaca della lana, il cuoio della pelle: sono legati a un'idea di benessere e di timeless. Però, alle ultime sfilate, accanto al marrone terra c'erano tanti colori superbright. La voglia di ottimismo e di felicità esploderà la prossima estate».

La sartoria artigianale

Il *New York Times* segnala un ritorno del made-to-measure ma non parliamo della vecchia zia con la collezione di spille: «È vero», conferma Barbara Sangalli della storica sartoria milanese, unica in Italia a lavorare ancora con le macchine a pedali. «Abbiamo sempre la signora anziana che vuole il tailleur in doppio cashmere ma il grosso della clientela ha 40/45 anni e arrivano anche le trentenni. C'è più bisogno di esclusività nel tempo che dedichiamo a noi stesse. Nei nostri spazi ti senti protetta, vedi dalla finestrella le sartine al lavoro, la cura che ci mettono». Da un lato la ricamatrice col tombolo, dall'altro ricerca e innovazione. Federico Sangalli, titolare e designer, ha appena lanciato un trattamento antivirale, e anticovid, creato con le nanotecnologie: «Si applica a prodotto finito, è ecosostenibile al cento per cento e protegge senza cambiare il touch del tessuto, dalla georgette al cashmere», spiega sua moglie Barbara. Che stia davvero tornando la slow fashion?

Estetica aumentata

Giorgio Armani ci è arrivato prima di tutti. Nel febbraio scorso, fece un bagno di umiltà e disse che era il momento di rallentare, «di disegnare un orizzonte più autentico e vero. Basta spettacolarizzazione, basta sprechi». «La comunicazione della moda deve cambiare», dice Morace che nel suo libro parla di «estetica aumentata»: «Non più modelli evocativi ma sostanziali: "Io ti voglio salvare la vita rendendoti più bella"».

Armani ha spostato l'attenzione sui nuovi valori, sostenibilità, salute, benessere. L'alternativa al Paese di Bengodi è la verità». La content creator Marta Pozzan chiede «campagne significative ed efficaci, più senso della realtà». E Tiziana Fausti, titolare dell'omonimo store del lusso a Bergamo si è appena lanciata in un'avventura che va in quella direzione: è diventata partner di Carla Sozzani e del suo spazio polifunzionale. «10 Corso Como è un mondo, un'esperienza sensoriale, è cultura: moda, arte, design, libri, fotografia, cibo. Adesso ci provano tutti – vedi Helmut Lang con Saint Laurent, realizzano opere d'arte con gli scarti di produzione – ma Carla ha percorso i tempi. Il nostro obiettivo è amplificare quella sensibilità». Intanto, in provincia, lo shopping del lusso soffre meno rispetto alla grande città: «Anzi, chi viaggiava e comprava a Parigi o Londra, adesso acquista da noi», racconta Tiziana. «Sono tornati i sabati di una volta, con la coda di gente che aspetta di essere servita. L'acquisto è solido ed essenziale, senza entusiasmi inutili, come dovrebbe essere sempre. Il leisure si trasferisce nell'ambiente di lavoro. Niente giacca ma una coccola calda, un bel pullover di Cucinelli o Loro Piana». Ha appena aperto Flrst, un negozio dedicato allo streetwear. Le chiediamo come sia possibile che, durante e dopo il lockdown, la gente abbia continuato a comprare scarpe. «Primo perché si consumano e poi perché c'è una maniacalità intorno al mondo delle scarpe. Anche quelle formali ora vanno nella direzione del comfort. I bestseller della stagione sono gli ankle boots in nylon con la suola grossa trasparente o colorata. Magari non stanno bene a tutti ma sono divertenti e comodissimi». Che regali ci faremo per le feste? «Io a Babbo Natale chiederei il vaccino...».



“CHIEDONO TRATTAMENTI CHE DIANO SALUTE E BENESSERE ALLA PELLE MA SOPRATTUTTO RISULTATI NATURALI”



Honey Cataplasm Mask Abeille Royale di Guerlain, ispirata ai bendaggi a base di miele: A sinistra. Water Sleeping Mask [Lavender] di Laneige, da Sephora, rivitalizza la pelle durante il sonno.