

# dolce vita

VIAGGI  
CIBO  
BENESSERE  
DESIGN  
MODA

www.ecostampa.it



## E UNA STILISTA FUORI DAL CORO OCCUPÒ I TEMPLI DELLA MODA

ALLA PRIMA SFILATA PARIGINA DI COMME  
DES GARÇONS, NELL'82, **REI KAWAKUBO**  
FU STRONCATA. OGGI COLLABORA ANCHE  
CON HERMÈS. IN UN LIBRO LA SUA STORIA  
di **MICOL PASSARIELLO**

**N**ero, grigio, bianco. I tagli austeri, asimmetrici, informi. Quando Rei Kawakubo ha presentato la prima collezione della sua griffe, Comme des Garçons, sulle passerelle parigine del 1982, forse il mondo della moda non era ancora pronto al suo decostruttivismo, al suo stile povero. La critica parlò di «Hiroshima chic», moda post-atomica. Una stroncatura pesante, specie per una donna giapponese nata nel 1942, (tre anni prima del lancio della bomba) e che ha studiato arte e letteratura per arrivare a esprimere le sue idee. E ce l'ha fatta. Oggi firma collaborazioni con griffe come Louis Vuitton (ma anche H&M, Fred Perry, Converse, Moncler) ed Hermès l'ha invitata a esprimere il suo stile. La maison francese ha chiesto infatti alla designer di Tokyo di stravolgere i suoi storici foulard di seta per reinventarli a suo



A DESTRA, LA COPERTINA  
DI **REI KAWAKUBO** (TASCHEN  
EDITORE) E, NELLA FOTO  
GRANDE, UN ABITO DI COMME  
DES GARÇONS DEL 2012

## dolce vita



continua dalla pagina precedente



gusto. È nata così l'edizione limitata Comme des Carrés con due collezioni: Black and White, con stampe astratte in bianco e nero, e Colour, con motivi geometrici e colorati.

Anticonformista, indipendente, visionaria, Rei Kawakubo è una voce fuori dal coro. «Ho sempre ritenuto importante non rimanere confinata nella tradizione, nelle usanze o nella geografia», ha detto. Riservata, rilascia poche dichiarazioni e ancor meno interviste perché è convinta che debbano essere i suoi abiti a parlare. E quando le è stato chiesto il perché del nome della sua griffe, Comme des Garçons, ha risposto solo: «Suonava bene».

A raccontare la sua storia è ora *Rei Kawakubo* edito da Taschen (pp. 120, euro 29,99) con le fotografie scattate da maestri come Paolo Roversi, David Bailey e Emma Summerton e i testi di Jamie Huckbody, Josh Sims e Terry Jones, fondatore della rivista *i-D*.

La sua regola? Non avere regole. Come quando ha presentato alla settimana della moda parigina la sua collezione primavera-estate 2012, White Drama: niente passerella, niente sfilata, non c'erano nemmeno le modelle. In uno spazio totalmente bianco, i capi erano esposti dentro grandi bolle trasparenti, indossati da manichini androgini. Come una mostra, a ingresso libero per giunta. Con lei, a cambiare sono state anche le regole del marketing: «Non vorrei che i miei negozi restassero aperti per più di un anno sulla stessa strada, appena una zona diventa troppo di moda penso sia giunto il momento di andarmene».

Detto, fatto: sono nati così i *guerrilla stores*, punti vendita che aprono da un giorno all'altro e scompaiono dopo qualche mese. Soprannominata la «Coco Chanel d'Oriente» sembra incarnare uno dei motti più famosi della couturier francese: «Il lusso non è il contrario della miseria, bensì della volgarità». ■■