

Rolling Stone

mensile | n. 86 | dicembre 2010 | 3,20 euro
rollingstonemagazine.it

MAGAZINE

• NUMERO SPECIALE DA COLLEZIONE •

LE

5000

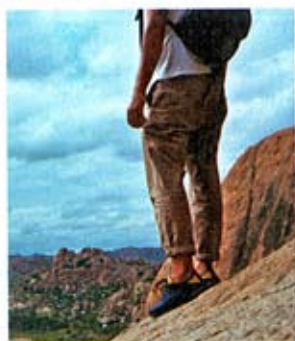
CANZONI

MIGLIORI

DI TUTTI I TEMPI



Mangiatela



Scarpe che fa(ra)nno Strada

Sono passati più di 50 anni da quando Salvatore Ferragamo inventava la "zeppa" per le scarpe della folcloristica Carmen Miranda e ancora oggi, nel 2010, siamo qui a parlare delle "ipersuole" delle futuristiche e importabili "armadillo" di Alexander McQueen. Ora tocca però a una scarpa che è anche un'invenzione... la scarpa che "parte" dalla suola. Volta Footwear propone infatti un'esclusiva "capsule collection" costruita sulla Vibram CT, neo-nata dello storico brand di soles Vibram, famoso dai tempi delle "Timba" paninare, che presenta, per l'appunto, un prodotto cross-training, sviluppato in esclusiva per questa collaborazione. Dopo l'introduzione del primo modello mid-cut denominato "classic" nel 2008, seguito nel 2009 dalla sua evoluzione alta, il "boot", il giovane brand lancia un nuovo concetto di scarpa bassa: si chiama Strada, ed è nata per essere il prossimo "instant classic", ma anche un esempio di calzatura cross-over e super cool. La "capsule" è costituita da tre colori. Leggera, ergonomica, tecnica. I materiali usati sono un canvas cerato 100% waterproof, accoppiato a una leggera rete in tessuto Aernet sul tallone e sulla lingua. La fodera è in capretto italiano. Un mix di alta tecnologia e di "mano" d'artigiano di casa nostra. E per lanciare una novità così rivoluzionaria era giusto individuare una location che fosse al tempo stesso storica (come la suola), ma anche in totale trasformazione: detto fatto, Berlino è stata il teatro del lancio mondiale di Strada. Volta Strada è finalmente disponibile da dicembre 2010 in 50 top-store sparsi in tutto il mondo, a 175 euro.

FULVIO ZENDRINI

Controcoring

Jun Takahashi veste per Nike la sua corsa "antioraria"

CORRERE CONTROMANO IN RELIGIOSO silenzio. La prima volta che Jun Takahashi è andato al parchetto vicino casa per fare un po' di jogging ha cominciato a sgambettare nella direzione opposta rispetto a tutte le altre persone e, da allora, mentre tutti corrono in senso orario, lui e i suoi amici sfrecciano in senso antiorario. Non è stata una mossa premeditata, ma naturale. Come era naturale che le monetine e le chiavi in tasca facessero un gran casino sbattendo tra loro, falcata dopo falcata. Così, da quella corsetta nel verde di Tokio, Jun Takahashi - designer e fondatore della casa di moda giapponese Undercover - si è messo a pensare alla mise perfetta per i runner, un abbigliamento essenziale e funzionale, senza fronzoli e senza noie per chi suda di corsa in città. E se quel giorno indossava una tuta Nike acquistata in un negozio di articoli sportivi, ora ha disegnato giacche, magliette, cappelli, pantaloni e - ovviamente - scarpe proprio per lo stesso brand. La linea creata da Jun si chiama Gyakusou, termine nipponico che rimanda al mondo sportivo di Takahashi: "gyaku", infatti, significa direzione sba-



gliata o marcia indietro mentre "sou" vuol dire correre. Lo stilista ha modellato i capi Nike seguendo il suo gusto e la sua esperienza: «Per me, il look e la funzionalità sono molto importanti: quando ho iniziato a correre ho guardato con grande attenzione al colore e allo stile dei prodotti oltre che alle caratteristiche delle loro prestazioni. Più cor-

revo, più immaginavo il prodotto perfetto per il running». Materiali leggeri, impermeabili, traspiranti e niente colori sgargianti, ma in armonia con la natura circostante. La collezione Gyakusou è disponibile presso lo store di Nike Stadium Milano e negli Slam Jam store di Milano, Ferrara e Verona.

MICHELE BISCEGLIA



Doggie Style vuol dire sicurezza

La grafica ideata dal milanese Marco Bruns, la A stilizzata con due puntini che evoca posizioni "doggie style", da un decennio accompagna il successo del marchio di abbigliamento A-Style, che tra l'altro firma caschi (foto). E se è soggettiva la valutazione circa il gradimento della "posizione" nel logo, è invece oggettivo il gradimento da parte del pubblico della posizione dinamica dell'azienda, che ora lancia eventi e idee anche sul web, con il nuovissimo a-styleworld.com, dove collezioni e news declinano lo spirito del brand, il "mood for fun" che, con i suoi protagonisti dal sesso indifferenziato, ciascuno può interpretare secondo le proprie preferenze.

CRISTINA BERBENNI



Tutta la vanità di Marc Jacobs

Si chiama Bang la nuova fragranza maschile di Marc Jacobs, già disponibile anche in Italia. E, come suggerisce il nome, si tratta di un'esplosione di humor e di energia che si fonde alla raffinatezza e all'innovazione che caratterizzano la poetica dello stilista americano. La sensualità sprigionata dalla fragranza piccante, legnosa, speziata e viene evocata dalle curve fluide della bottiglia di iperdesign che la contiene. Seduzione, ironia e audacia anche nella comunicazione. Lo stesso Jacobs è il testimonial del proprio feticcio, immortalato dal fotografo-artista Juergen Teller disteso nudo su un letto d'argento scintillante, coperto soltanto dal flacone.

SIMONA MELEGARI



Trekking, sì, ma metropolitano

Dettagli glamour per tipi dinamici. Merrell ci crede davvero e invita tutti a una vita attiva all'aria aperta senza rinunciare allo stile. Tra i tanti modelli di sneakers e stivaletti, l'attenzione è caduta sugli anfibi dal gusto rétro, realizzati in pelle idrorepellente, chiusi da gancetti in metallo e stringhe colorate, con l'immancabile suola carrarmato. Pensati per la montagna, sono diventati un must da città, perfetti da indossare con jeans o pantaloni oversize per un look urban-army. In versione brown o black, sono distribuiti da Zeis Excelsa, che quest'anno, grazie a una partnership con Yoox, ha inaugurato il suo primo sito e-commerce: zeishouse.com.

ELISABETTA TURILLAZZI



Il nuovo stile degli sciatori

Il direttore creativo di Gucci, Frida Giannini, ha aggiunto alla collezione di occhiali Eyeweb una maschera da sci unisex, prodotta da Safilo, con placca-logo sul frontale e fascia con i colori classici del marchio. È realizzata in termoplastica, con lenti doppie color argento specchiato, perfettamente parallele che assicurano una barriera termica ed eliminano appannamenti o distorsioni ottiche. Non potevano mancare una totale protezione dai raggi UV e, in più, un rivestimento interno morbido, garanzia di supercomfort. Disponibile nei colori rosso e blu lucido, con fascia elastica blu-rosso-blu oppure bianco e nero semi-opaco, con fascia verde-rosso-verde.

CRISTINA CHIODI