

SPILATE MILANO

L'intervista *Lorella Signorino*

Tessuti nobili e paillettes Lusso sì ma non ostentato

*Love Sex Money lancia maxi collane in maglia lavorate all'uncinetto
E rispolvera il bordeaux, colore protagonista della nuova collezione*

■ ■ ■ ALESSANDRA IANNELLO

■ ■ ■ La donna di Love Sex Money lavora e deve sentirsi a proprio agio tutto il giorno. «L'evoluzione del costume - dice Lorella Signorino, anima del marchio - vede delle collezioni che siano il giusto mix fra il sensazionalismo della sfilata e il cotè commerciale. Io sono una designer che è anche imprenditrice e quindi ho sentore preciso di quello che il mercato vuole». E la cliente vuole essere a posto con eleganza.

E lo fa scegliendo per sé maglie che abbinano il mohair alla seta, la pelliccia al tessuto o alla maglia, il panno alle paillettes. In particolare i gilet hanno il davanti in castoro degradé nei toni che vanno dall'avorio al bruciato e la schiena in maglia. Altri modelli di gilet si declinano sempre in maglia ma abbinata alla pelliccia di musquat lucido a stampa astrat-

ta o in volpe avorio chiarissimo che si sposa col panno.

Il cappottino invece sceglie la pelliccia sintetica che imita il cincillà. Nelle stesse tipologie di pelo si declinano le muffole che sposano l'estero di pelliccia all'interno in caldissima maglia. «Il nuovo look - continua Lorella - deve emozionare senza essere esagerato. Per questo il capo non è mai tutto in pelliccia perché il lusso deve esserci ma non deve essere ostentato». Lusso è anche il gioco di forme che abbinata nella maglieria un corpo

in seta con dettagli volumizzanti di grosse trecce mohair o ancora il classico pullover norvegese che su un fondo color pastello vede ricamati i cristalli di neve in polvere di Swarovski il tutto ricoperto da un velo di seta che opacizza il glitter del cristallo. E "rivestire" è proprio la parola chiave della stagione. Concetto che si ritrova anche nei capi realizzati in tessuto di panno annegato in una stoffa ricamata di paillettes e ricoperto in tulle. «Ho voluto - spiega la stilista -

sdrammatizzare anche i tessuti più classici. Infatti il tartan l'ho decorato con le paillettes per ottenere un effetto spiritoso».

Con questo tessuto Lorella ha realizzato diversi modelli di capospalla e una serie di abiti che sono l'evoluzione dello storico confit (il vestito per tutte le taglie). Il nuovo figurino prevede un ampliamento delle forme a formare il "bubble dress". Anche se passa le sue giornate a lavorare la donna Love Sex Money non rinuncia alla sua femminilità che le deriva anche dalla sua camminata sensuale ottenuta grazie all'altissimo tacco delle calzature. I modelli sono prevalentemente due e vedono un tronchetto nei colori grigio perla e beige realizzato in morbida cro-



sta e una scarpa dalla classica "T shape" (con la parte centrale sollevata) negli stessi colori e materiali che vanta un vezzoso cinturino a sottolineare la caviglia. In questa stagione la stilista ha abbandonato un suo must, il ricamo, a favore di maxi collane in maglia realizzate con immensi fiori fatti all'uncinetto impreziositi da pietre semipreziose e di foulard ricamati in maglia.

«Nonostante sia inverno - dice Lorella - ho messo completamente al bando il nero e ho scelto per la collezione i toni del biscotto, del cioccolato e soprattutto del bordeaux. Il nero è stato sostituito dall'antracite e da diverse nuances di grigio». Questi capisaldi si ritrovano anche nella capsule collection di circa dieci pezzi che la stilista modenese disegna per Marks & Spencer e che viene rinnovata ogni mese. «È un progetto ambizioso - conferma la Signorino - che si protrarrà per tutto il 2010. L'etichetta è "Lorella for Marks & Spencer" e si caratterizza per essere un total look interamente made in Italy. La distribuzione è selezionata e contempla solo dieci punti vendita nelle più importanti città inglesi». Tornando alle linee proprietarie, oltre a Love Sex Money c'è Love is Love, per il futuro si prospettano ampliamenti sul fronte retail con l'apertura di flagshipstore (la prima location dovrebbe essere a Milano) e rafforzamenti sul canale multibrand in Italia e all'estero (che rappresenta il 60% del fatturato globale che nel 2009 è stato di 20 milioni di euro). Prosegue inoltre con decisione anche l'esplorazione di nuovi scenari merceologici. Entro il prossimo biennio la griffe prevede infatti il lancio di una linea beauty e l'avvio di collaborazioni nel segmento del design.

■ *È un progetto ambizioso quello di disegnare per Marks & Spencer. L'etichetta è "Lorella for Marks & Spencer" e si caratterizza per essere un total look interamente made in Italy distribuito soltanto in Inghilterra*

LORELLA SIGNORINO