

36 / Cultura e spettacoli

Martedì 30 ottobre 2018 LIBERTÀ

Moda

Inclusive fashion,
quando la top model
sfila in carrozzinaDa Hilfiger a McCartney e Balestra è tempo di wheelchair couture
L'italiana Iulia Barton è la prima agenzia internazionale

● La prima, raccontano le cronache, è stata Danielle Sheypuk alla Fashion Week di New York 2014. In carrozzella, biondissima, sfilò per Carrie Hammer con la gonna stampata come un foglio di giornale. Quasi una citazione di un'«icona di stile e glamour come era la Carrie Bradshaw di Sex and the City». Per lei, disse, era «il risultato di una lunga battaglia personale». Poi, quasi come un domino, c'è stata Tokyo, Parigi, Londra, Milano, Roma. E oggi un ideale book non potrebbe non contare Wendy Crawford, bella, bellissima, che in passerella è tornata anche «dopo». O Sophie Morgan, «musa» per Stella McCartney.

In pedana

E poi Madeline Stuart, australiana, prima modella in pedana con la sindrome down; Rebekha Marine, che chiamano «la modella bionica» per come sfoggia la sua protesi al braccio. E ancora, pelle d'ebano, la top in carrozzella Leslie Irby; la regina dei costumi da bagno, Shaholly Ayers, prima «amputata» in passerella a New York. Fino in Europa, con la nuova top che spopola dall'Ucraina Alexandra Kutas, l'elegantissima Felina Tiger, che dall'Alta Moda passa con disinvoltura a scatti per collezioni di lingerie. E la nostra Bruna Romano, 26 anni, tratti brasiliani, carattere pugliese, uno sguardo che «buca».

Romper le barriere

Nella Moda, pensavano molti, élite dove più di ogni altro campo si cerca l'assoluta (presunta) perfezione, non potrà accadere. E invece eccole le nuove Top model dell'«inclusive fashion». Del-

la moda, cioè, che rompe barriere e tabù e chiama a sfilare in passerella indossatori e indossatrici portatori di handicap.

Italia pioniera

L'Italia è pioniera con la nascita della prima agenzia internazionale di modelli «Inclusive», la Iulia Barton, partita inizialmente a sostegno della Fondazione Vertical - Onlus impegnata nella raccolta fondi per la cura della paralisi - e poi dal 2016 diventata una vera e propria agenzia di moda.

«Siamo i primi al mondo - racconta la fondatrice Giulia Bartocioni - All'inizio non è stato facile. Stilisti e designer temono che un abito su una modella in carrozzina non abbia lo stesso effetto. Ma sbagliano. Bellezza ed eleganza seguono altri canoni». Oggi in scuderia ci sono 40 modelli e modelle ingaggiati in esclusiva, in tutto il mondo, che sfilano, viaggiano, posano per servizi fotografici. Selezionati con casting durissimi e corsi di posa e portamento, perché sedute o in piedi solo le vere «Top» ce la fanno. Come Bruna Romano, «la nostra Naomi Campbell», dice la Bartocioni. Lei sulla carrozzina è finita due anni fa dopo un incidente di macchina. Poi, come nei film, un agente la vede, la suggerisce alla Iulia Barton e arriva il debutto alla Fashion Week di Milano.

«Più bella di prima»

«Sembra folle, lo so - racconta lei - ma oggi io mi sento più bella di prima. Adoro la moda, ma sono bassina per la passerella. Non avrei mai potuto sfilare. In carrozzina invece non ho problemi. Anzi - si prende in giro - rispetto

ad altre colleghe che camminano, non soffro nemmeno il mal di piedi per i tacchi».

L'ultima occasione, a giugno, al Rome Inclusive Fashion Night, patrocinato da Roma Capitale, sostenuto da Euroma2, evento charity dove la Iulia Barton ha riunito indossatori e indossatrici con e senza handicap, insieme in passerella. nei giorni del calendario Altaroma.

Rivoluzione culturale

Una rivoluzione culturale (ed emozionale) per il blasonato mondo della Moda, ma non solo.

Negli Stati Uniti si calcola che ci siano 53 milioni di americani con disabilità. In Italia 1 persona su 6 ha una qualche forma di disabilità. Un mercato fino a una manciata di anni fa letteralmente ignorato, ma che invece oggi rivendica di diritto il suo posto nell'Olimpo del fashion e del trendy. E che stuzzica gli appetiti delle griffe.

Dettagli strategici

Tommy Hilfiger è stato il primo grande stilista a firmare una linea di abbigliamento per bimbi con problemi di disabilità e poi ad annunciare, un anno fa, il debutto di Tommy Adaptive capsule collection: oltre 70 capi per uomo e donna super glamour, ma con speciali dettagli strategici (dal velcro alle zip) che li rendono facili da indossare. E ancora, ecco marchi come ABL Denim specializzati in jeans per clienti in carrozzina.

O Chaimelotte che si definisce «wheelchair couture» mentre la canadese Alledes ha lanciato l'accessorio trendy per vestire le protesi. Fino a Beyoncé, la regina del



Bruna Romano, modella dell'agenzia Iulia Barton, sfilando in occasione della Rome Inclusive Fashion Night

pop (e del business) che per lanciare la sua nuova linea casual ai suoi milioni di followers nel mondo nel 2016 ha ingaggiato Jillian Mercado, modella affetta da distrofia muscolare - per intenderci - rappresentata dalla stessa agenzia di Kate Moss e Gigi Hadid. «In Italia - prosegue la Bartocioni - abbiamo lavorato sia ad Altaroma che alla Fashion week di Milano, con la Camera della Moda. Firenze mai». Tra i primi a raccogliere il messaggio, lo stilista Renato Balestra, con i suoi abiti da sera preziosissimi. «Ultimamente lavoriamo molto con l'Inghilterra e l'Olanda e, ovviamente, gli Stati Uniti - prosegue -. Si sta iniziando in Francia. Soprattutto la Moda Inclusive sta

rapidamente prendendo piede nell'Est».

Tutto diventi normalità

«Nostro nuovo obiettivo - aggiunge - è portare in pedana anche modelli e modelle in arrivo da contesti difficili, che vivono in condizione di povertà ed emarginazione o vittime di violenza». E se pensate che il buonismo regni, fate un giro nel backstage. A cambiare è solo la sfilza di sedie a rotelle posizionate (e ornate) accanto agli stand, perché siano in coordinato con gli abiti, come scarpe e accessori. Ma l'atmosfera è quella febbrile, folle, glamour, esigentissima e sognante di ogni sfilata. Obiettivo? «Che tutto questo diventi normalità».



Mendes per smartwatch EA

Emporio Armani Connected è il nome dei nuovi smartwatch touchscreen di Emporio Armani di cui è testimonial Shawn Mendes

GRAZIELLA & BRACCIALINI

Una collezione
delle meraviglie
fra accessori
e fragranze

● Il gruppo toscano Graziella che opera nel settore dei gioielli e dalla primavera del 2017 ha acquisito il marchio di pelletteria Braccialini presenta la prima collezione Graziella & Braccialini.

Il risultato del connubio tra il gruppo che da anni opera nel settore dei gioielli in oro, e la maison di moda nota per le sue borse, hanno dato vita ad una nuova collezione che può rientrare nella dicitura Jewels-Moda.

Sul tema "Wonder's Cruise", la crociera delle meraviglie, Braccialini sembra aver intrapreso un viaggio straordinario, tra mete da sogno, magici abissi e personaggi fantastici. Un giro del mondo tra le più belle ed esclusive località marittime. Da Portofino a Sidnev e Honolulu, passando per San Francisco, Miami, Porto Rico, Dubai, Singapore e Marbella.

Sirene simbolo di grazia e mistero sono incastonate, assieme alla variopinta fauna e flora marina, su pregiati pellami e innovativi tessuti dal design sofisticato.

Un salto in un universo incantato. Raffinati materiali e lavorazioni artigianali costituiscono elementi distintivi della Wonder's Cruise, declinata in vibranti tonalità caribiche e marine: rosa cipria, tipico delle perle e delle conchiglie di spiagge lontane, fucsia, rosso corallo, verde lime, giallo sole, grigio acciaio e blu-navy.

Il file rouge esotico e marinairesco è stato sviluppato in tutte le collezioni: Braccialini, Braccialini Tua, l'Easywear e gli accessori, le calzature, le fragranze e i gioielli creati da Graziella Luxury Jewels. Ma la crociera è raccontata anche attraverso pezzi iconici: la Conchiglia, l'Oblio, il Pesce e La Regina delle Sardinie. Ispirate al mare anche le linee Zoe Print che vede la sirena protagonista, e Jasmine Print, a base di fiori fatti a mano e farfalle intagliate. Nuovo il modello della linea Asia, in pitone e cocodrillo con i passanti a forma di ancora. Tra le novità c'è anche Marilyn, linea di accessori in gomma e pelle sintetica. Shape sono piccole sculture dove un bicchiere a calice o un salvagente diventano borsetta indimenticabili.

GRAZIELLA & BRACCIALINI 

Una collezione delle meraviglie fra accessori e fragranze

● Il gruppo toscano **Graziella** che opera nel settore dei gioielli e dalla primavera del 2017 ha acquisito il marchio di pelletteria **Braccialini** presenta la prima collezione **Graziella & Braccialini**.

Il risultato del connubio tra il gruppo che da anni opera nel settore dei gioielli in oro, e la maison di moda nota per le sue borse, hanno dato vita ad una nuova collezione che può rientrare nella dicitura Jewels-Moda.

Sul tema "Wonder's Cruise", la crociera delle meraviglie, **Braccialini** sembra aver intrapreso un viaggio straordinario, tra mete da sogno, magici abissi e personaggi fantastici. Un giro del mondo tra le più belle ed esclusive località marittime. Da Portofino a Sidney e Honolulu, passando per San Francisco, Miami, Porto Rico, Dubai, Singapore e Marbella.

Sirene simbolo di grazia e mistero sono incastonate, assieme alla variopinta fauna e flora marina, su pregiati pellami e innovativi tessuti dal design sofisticato.

Un salto in un universo incantato. Raffinati materiali e lavorazioni artigianali costituiscono elementi distintivi della Wonder's Cruise, declinata in vibranti tonalità caraibiche e marine: rosa cipria, tipico delle perle e delle conchiglie di spiagge lontane, fucsia, rosso corallo, verde lime, giallo sole, grigio acciaio e blu-navy.

Il file rouge esotico e marinaresco è stato sviluppato in tutte le collezioni: **Braccialini, Braccialini** Tua, l'Easywear e gli accessori, le calzature, le fragranze e i gioielli creati da **Graziella** Luxury Jewels. Ma la crociera è raccontata anche attraverso pezzi iconici: la Conchiglia, l'Oblò, il Pesce e La Regina delle Sardine. Ispirate al mare anche le linee Zoe Print che vede la sirena protagonista, e Jasmine Print, a base di fiori fatti a mano e farfalle intagliate. Nuovo il modello della linea Asia, in pitone e cocodrillo con i passanti a forma di ancora. Tra le novità c'è anche Marilyn, linea di accessori in gomma e pelle sintetica. Shape sono piccole sculture dove un bicchiere a calice o un salvagente diventano borsetta indimenticabili.