

Tokyo, fucina di creatività

La capitale nipponica con la sua Japan Fashion Week lancia la sfida alle grandi settimane della moda europee. A suon di stilisti emergenti.

di Sophie-Lucie Dewulf

Tokyo, ore 22.30. La sfilata Mintdesign chiude in tutta serenità l'ultima edizione di JFW Tokyo. La collezione riassume lo spirito eclettico della moda nipponica. Musica del genere chill out, modelle che sfilano in modo pacifico, una location minimalista in bianco puro. "Manca l'effetto "wow" – ci mormora la buyer americana Tia Browsh. "La JFW scarseggia in effetti speciali, in momenti che fanno sì che ti ricordi dello show e di conseguenza anche della collezione..." continua la Browsh che nella sua boutique di Los Angeles veste vip hollywoodiane del calibro di Christina Aguilera, Pink, Nelly Furtado. Concordiamo con la carismatica Tia. Ma non dimentichiamo che la Japan Fashion Week è tuttora al suo esordio. Le sfilate sono lunghe, le collezioni devono essere più selezionate, l'intera settimana manca di lustro, d'emozioni e glamour che caratterizzano le grandi settimane della moda di Milano, Parigi, New York. Ma Roma non è stata costruita in una giornata e nemmeno una Tokyo Fashion Week può esserlo, nonostante la gran presenza in loco di creatività con la C maiuscola. Ricordiamo in assoluto lo show allegro e positivo di **Mercibeaucoup**, la raffinatezza sublime dei capi **Matohu**, l'aspetto cuture di **Dresscamp**, la contemporaneità

essenziale di **Support Surface**. Su quale concetto si focalizza oggi la Fashion Strategy Forum (FSF), ente organizzatrice della JFW? "L'internazionalizzazione" esclama Nobuyuki Ota, membro del FSF nonché presidente di Issey Miyake Inc. Ota intende far emergere la settimana della moda di Tokyo come un punto di riferimento moda dell'area asiatica identificata come "incubatrice" per stilisti emergenti nazionali ed internazionali che puntano sulla qualità e design innovativo. "Le piattaforme di Parigi o Milano hanno un carousel saturo di sfilate dove uno stilista emergente ha difficoltà a mettersi in mostra. In un fashion system sempre più competitivo ed aggressivo, la Japan Fashion Week vuole proporsi come fucina di creatività d'alta qualità e trampolino di lancio per talenti emergenti". Tra i debutti in calendario, ricordiamo **Garconschinois**, disegnato da Shin che gioca con dettagli rimovibili in uno spirito new street. Commerciale ma interessante la linea dello stilista Minoru Adachi per la griffe **M.U. Sports**, che focalizza l'elemento sport con capi casual e golf dal design allegro, coloratissimo, funzionale. Un'altra new entry: **Rocker and Hooker**. È una linea jeans firmata Keisuke Nakano, in puro stile "re" (recycling). Pezzi di capi



1



2



3



4



5



6

sono disfatti e ricomposti per spostare il limite d'applicazione dei tessuti riciclati. Il risultato è fantasioso ed interessante a livello della "materia" (una ricerca più approfondita potrebbe essere fatta sulle linee). Inoltre, a JFW sono da prendere in considerazione le proposte di abbigliamento uomo. Hanno attirato l'attenzione le creazioni maschili di **Dresscamp** (che sfilerà a Parigi dalla prossima stagione in poi), di Ato e di Kingly Theatre Products. Tanti gli applausi per Dresscamp, disegna-

to dall'enfant terribile della fashion nipponica Toshikazu Iwaya. Ha proposto un guardaroba maschile mischiando linee di ispirazione Marocco in un'atmosfera del tutto anticonformista e gioiosa. Ato Matsumoto (**Ato**) ha giocato sul tema "hockey" con giubbotti bi-colore in raso di seta, polo colorate e camicie a maniche corte, pantaloni bianchi o neri affusolati. Impegnato nella ricerca di uno stile più casual e vacanziera, le proposte **Kingly Theatre Products** di Tayuka Nakanishi.

1. Ato.
2. Matohu.
3. Support Surface.
4. Dresscamp.
5. M.U. sports.
6. Mercibeaucoup.

La modaaTokyotrafilateed
eventicollaterali.

Era in programma a Tokyo dal 29 agosto al 5 settembre, la quinta edizione della Japan Fashion Week, ovvero JFW, presentando in anteprima le collezioni donna (e uomo) abbigliamento ed accessori p/e08. Hanno sfilato 36 aziende presentando 38 collezioni. I marchi sono ancora ignoti al pubblico europeo e americano. La moda nipponica si differenzia dallo stile continentale per una creatività a volte fantasiosa e street oppure raffinata e di ricerca assoluta. La JFW ha debuttato due anni fa, ed è organizzata dal Fashion Strategy Forum (FSF) sponsorizzato da JETRO (Japan External Trade Organization). Per quest'edizione, le sfilate si sono principalmente tenute

tra la nuovissima Tokyo Midtown Hall, nella location della Harajuku Quest Hall, e il Roppongi Hills. Il numero dei buyer che visitano la JFW è in continua crescita, mentre la stampa estera si fa desiderare. Due eventi hanno affiancato le passerelle: Rooms, un piccolo salone che ha raccolto un numero selezionato di designer giapponesi (ed alcuni stranieri) con collezioni di T-shirt, cappelli, accessori (uomo e donna) e, di maggior interesse, il New Designers Met Together in Europe, un'esposizione messa in scena nel centro di design "21.21 Design Insight", aperto la scorsa primavera e situato a Tokyo Midtown. L'obiettivo dell'iniziativa è di promuovere talenti emergenti del fashion system internazionale. 1 laureati dei più rinomati college del

mondo (incluso UK's Central Saint Martin, Belgio's Antwerp Royal Academy) hanno presentato 6 marchi inediti: Written afterwards (disegnato da Yoshikazu Yamagata insieme a Kentaro Tamai); Mikiosakabe (una linea di Mikio Sakabe in collaborazione con Shueh Jen-Fang); Poesie d' Akira Naka; Stereotypes di Melena Lumelsky (Israele) e Demna Gvasalia (Georgia); Taro Horiuchi; Hui Hui di Katharina e Johanna Trudzenski e Anna Schwatzler (Germania). La loro sfilata all'aperto ha riscosso successo ed interesse ed ha dato alla JFW TYO quell'importante tocco d'identità e individualità che non poteva mancare in assoluto!