

L'OFFICIEL

ITALIA

N° 26
20 Settembre 2018

DE LA COUTURE ET DE LA MODE DE PARIS

LING CHEN

La nuova top racconta una Cina più
«open-minded» verso le donne

NOAH CYRUS

Apprezza i social se utilizzati
per promuovere cause sociali
(come fa sua sorella Miley)

GIOVANI OGGI

Le nuove generazioni deluse
dalle ideologie cercano risposte
a pagamento negli Psychic Stores

FASHION

Glocal is the new cool

NICOLE ATIENO

Modella keniota emigrata in Germania, parla
di discriminazione e self-confidence



L'OFFICIEL

ITALIA

N° 26
20 Settembre 2018

DE LA COUTURE ET DE LA MODE DE PARIS

NICOLE ATIENO

Modella keniota emigrata
in Germania, parla di discriminazione
e self-confidence

NOAH CYRUS

Apprezza i social se utilizzati
per promuovere cause sociali
(come fa sua sorella Miley)

GIOVANI OGGI

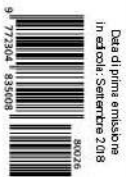
Le nuove generazioni deluse
dalle ideologie cercano risposte
a pagamento negli Psychic Stores

FASHION

Glocal is the new cool

LING CHEN

La nuova top racconta una Cina
più «open-minded» verso le donne



Cashmere sostenibile



Un'immagine dalla collezione AI18 di Non

Alberto Zanone dal 1973 nel campo della maglieria, fonda nel 2017 "Non". Capi di cashmere al 100%, sia cardato sia pettinato, realizzati con un processo di tintura naturale utilizzando radici, foglie e erbe come l'edera, l'indigo e il campeggio. Questo permette di produrre vestiti che hanno una bassa tossicità, privi di allergeni e dai prezzi democratici. (www.noncashmere.it)

Giovanna Pisacane

Jeans in affitto



I jeans Mud dalla collezione AI18

Affittare i jeans, invece di produrne di nuovi: Bert van Son, Ceo di Mud Jeans, nel 2013 ha un'idea originale e un po' folle: "Lease A Jeans", per tagliare consumi e sprechi (soprattutto di acqua). I jeans Mud possono essere affittati per un anno a rate mensili, oppure ci si può tenere i jeans, restituirli per il riciclo o averne un paio nuovo in cambio, sempre in affitto. (www.mudjeans.eu)

Paola Corazza

Ci vediamo a colazione



Due immagini dall'ultima campagna di Comeforbreakfast. Foto Paolo Zerbinì

Venticinque soggetti per un racconto ad immagini che illustra la capsule collection del brand Comeforbreakfast, lanciato nel 2010 da Antonio Romano e Francesco Alagna. I protagonisti di "Would you Comeforbreakfast?" sono impegnati in un momento universale, ma estremamente intimo: la colazione che, oltre a evocare il brand, rappresenta un rituale condiviso da tutte le culture del mondo, ma sempre unico. I capi che indossano i personaggi fanno parte di una capsule collection pensata per questo progetto.

Per maggiori informazioni: www.comeforbreakfast.com.

Paola Corazza