

STREETWEAR SARTORIALE

Sulla scena tutte le sfumature del bianco, dal ghiaccio al panna, dal perla al mastice, fino alla delicatezza di azzurri polverosi e verdi salvia, per passare poi direttamente al nero. Intramontabile punto fermo e unica concessione scura.

La moda maschile prende distanza dai suoi schemi più rigidi, nel segno di una nuova eleganza fresca e rilassata, ispirata al guardaroba dei giovani ma arricchito da materiali preziosi e dettagli ricercati.

L'imperativo è una taglia in più, per uno streetwear disinvolto, complice di una personalità libera che si esprime per le vie di un mondo dove i ritmi incalzano e reagiscono a un presente incerto, ma anche esposto a imprevedibili opportunità. La costruzione della giacca non costringe e senza venir meno al dogma sartoriale, storico caposaldo dell'eleganza, tanto caro a Corneliani, lo ritratta, ricalcando le necessità di un uomo ormai distante dall'autocontemplazione statica di un tempo.

E l'abbigliamento si fa complice di questo stile di vita che chiede movimenti continui, in un dialogo tra realtà anche molto differenti.

È un'eleganza comoda e trasversale, adatta a più occasioni e a più fasce d'età, per categorie di uomini affrancati da una mascolinità autoritaria, sempre meno attuale.

Sergio Corneliani, direttore creativo del brand, vede nell'abito la vera sfida: studiato su volumi inediti, materiali innovativi e nuovi utilizzi, perde così il suo inprinting rigoroso e si concede a un'immagine informale e democratica, in equilibrio tra un gusto velatamente bohemien e uno sportswear chic.

Scompaiono le antiche fantasie sartoriali a favore di ricchi cotone compatti ed elasticizzati, mischiati alla seta per microeffetti jacquard.

La giacca corta, tre bottoni con rever stretti, si allarga in vita, per un pantalone gusto buggy, con pince e drappeggiato sulla scarpa, o senza pince, comodo al bacino ma rigorosamente corto e con risvolto.

Anche la camicia classica si stravolge per farsi ampia e dalle spalle scese, con il collo a cratere.

Per la primavera-estate 2015 il must have è la T-shirt in morbida pelle o in un leggerissimo cashmere stampato con grafismi monocromatici.

Simbolo della nuova estetica firmata Corneliani la camicia giubbotto dalla linea quadrata, bloccata appena sopra il bacino.

Parka con cappuccio e trench in cotone performato con tecnologiche membrane traspiranti, antiacqua e antivento, tra i capi più sportivi.

Nel mio ruolo di padre di tre giovanissimi uomini e di direttore creativo - spiega Sergio Corneliani - credo sia necessario guardare al futuro con fiduciosa flessibilità.

Allo slogan con cui il nostro brand si è sempre identificato "Nel presente la continuità del passato" oggi aggiungo "...nel cammino verso il futuro", per avvicinarsi ai fruitori del domani.

TAILORED STREETWEAR

The spotlight is on every possible shade of white - from ice and cream to pearl and mastic, through to delicate powdery sky blues and sage greens - and its direct counterpart, black: a timeless keynote and the only concession to dark colours.

Menswear is moving away from more rigid templates towards a fresh, new, easier take on elegance inspired by younger wardrobes but embellished with luxurious fabrics and stylish details.

The rule is to wear one size larger than usual: laidback streetwear echoes the free spirits who express themselves on the streets of a fast-paced world as it reacts to the uncertainties of the present, always ready to grasp what comes its way.

The structure of the jacket is never restrictive: it does not overlook the sartorial ethic - that historic bastion of elegance so dear to Corneliani - but reinterprets it, retracing the needs of a man far-removed from the static self-contemplation of the past.

Clothes reflect a lifestyle based on constant movement, in a dialogue between very different scenarios.

This form of elegance is comfortable and universal, ideal for a range of occasions and age groups, for men who are not restricted by increasingly outmoded, rigid masculinity.

The brand's creative director Sergio Corneliani sees the suit as the real challenge. Designed around unusual volumes, innovative materials and new uses, it loses its inflexible imprint and takes on a democratic, informal look in a perfect blend of subtle bohemian style and chic sportswear.

Classic sartorial patterns have been swept aside in favour of rich compact stretch cottons, blended with silk in micro jacquard effects.

The jacket is short and looser on the waist, with three buttons and narrow lapels. It is worn with baggy trousers (with pleats) which drape over the shoes, or designs without pleats which are comfortable on the hips but always short and with turn-ups. There is also a revolution in the classic shirt, now looser in style with lower shoulders and a funnel neck.

The must-have piece for spring/summer 2015 is the T-shirt in soft leather or ultra-lightweight cashmere printed with monochrome graphics.

A symbol of Corneliani's new aesthetics is the square-shaped blouson jacket which sits just above the hips.

More casual pieces include hooded parkas and trench coats in high-performance cotton with transpiring, water-repellent, windproof membranes.

"In my role as father to three very young men and the brand's creative director," explains Sergio Corneliani, "I believe we must look to the future with confidence and flexibility.

"Today I would extend our brand's historic slogan, 'The continuity of the past in the present', to include '... on our journey towards the future', as we reach out to the customers of tomorrow."