



LEADERSHIP UNIVERSITY
MIGLIORA ONLINE LE TUE COMPETENZE



Stile, italianità e un alto lavoro sartoriale: Andrea Campagna

Lug 27th, 2011 | Di Altri | Categoria: Style



L'azienda Campagna & C, che rappresenta una delle più note e prestigiose firme nel campo della moda e affonda le proprie radici nell'alta tradizione sartoriale maschile, veste i più famosi personaggi del jet set internazionale.

Tutti i capi, contraddistinti da un elevatissimo livello qualitativo, vengono realizzati a mano, utilizzando i tessuti più fini ed esclusivi. Il tutto viene completato da accessori quali, tra gli altri, camicie, cravatte e maglioni, tutti realizzati seguendo sempre i più tradizionali criteri artigianali. Situata nel prestigioso palazzo Bemasoni, inaugurato nel 1998, è riconosciuta da sempre attraverso i propri marchi storici "Domenico Caraceni" e "Gianni Campagna".

La collezione per la prossima stagione invernale è al tempo stesso connotata da un grande contenuto stilistico, nonché da una spiccata modernità nella costruzione e nelle vestibilità. Anche i materiali sono innovativi ed esclusivi. "Partendo dal nostro archivio storico degli anni '50 e '60 (abiti originali realizzati dalla nostra azienda per Giovanni Agnelli, Aristotele Onassis e altri personaggi dell'epoca) - spiega Andrea Campagna nel descrivere con passione i capi della splendida collezione-, ho reinventato i vecchi tessuti con delle composizioni e dei colori più attuali, mantenendo però i disegni di un tempo, così da poterli riutilizzare sia sui capi, magari però spezzandoli ed abbinandoli ad un pantalone di cotone lavato o ad un jeans, sia sugli accessori coordinati. Tutta la collezione è una elegante fusione tra la tradizione sartoriale Italiana ed un look moderno che si adatta ad un uomo che vuole essere sempre elegante, ma allo stesso tempo vuole apparire giovane e grintoso, dalla mattina in ufficio fino alla sera per una festa inattesa od un evento mondano.

I capi, tradizionali per il taglio e la costruzione prettamente sartoriale e realizzata interamente a mano tipica degli anni '50 (giro alto, "cugno al petto", pence in vita molto "prese", spallina di solo canape e senza ovatta, davanti tagliato intero e non diviso dalla "fianchetta" etc.) sono al tempo stesso anche estremamente moderni e grintosi nei materiali (lane sovratinte per dare un aspetto "used" e grintoso che ben si adatta ad un abbinamento con i jeans, jersey stretch per aumentare il confort, tessuti in pura seta trattati "water proof", materiali tecnici gommati al loro interno) nella loro costruzione (interni termo-nastrati in pelle di canguro, zip gommate "water proof", zip con galvaniche in rutenio in alcuni polsini delle maniche e sulle martin-gale dei cappotti, interni di alcuni cappotti di estrazione classica imbottiti in ovatta ultraleggera 40 gr. o piuma) e nelle vestibilità (giacche corte 75 cm. sul classico e 72/72 cm. sulle giacche più tecniche, fondi maniche delle giacche stretti 13 cm, spalle contenute ma morbide di costruzione, pantaloni con una o senza pence dalla gamba asciutta), nonché negli accessori (bottoni in osso "stone washed" trattati come i jeans, bottoni in vero corno o in metallo tinti del colore del capo e poi "scretched / graffiati" per conferire fin da subito il look "used" e rilassato del capo originale degli anni '50 da cui si è tratta l'ispirazione iniziale).

R I M A N I

Entries (RSS)

mondomobile
comunicare viaggiando



A L T R E N

- Indossare la storia e vestire le tradizioni
- Chocolatque presenta le Designer Donuts, le ciambelle in edizione limitata
- Lo storico marchio inglese Russell Hobbs fa il suo ingresso ufficiale nel mercato italiano dei PED
- Archivio per 'Style' »**

A L T R E C

Focus On
Giro di poltone
Marketing
Comunicazione
Sociologia&Psicologia
Aziende
Agenzie
Prodotti Innovativi
Relazioni Pubbliche
Modi e Mode
Associazioni
Management
Corsi e Ricorsi
Creatività & Design
Location
Economia & Finanza



Il tutto è impreziosito da tocchi di classe come inserti, profili e dettagli in pelle di canguro o in seta gros-grain (ripresa dai revers degli smoking sartoriali), fodere in seta ed alette e colli staccabili in 6 fili di cashmere, in visone e soprattutto in pekan (la vera pelliccia dei "signori milanesi" degli anni '60).

La cravatta, nelle oramai rare occasioni in cui la si vuole (e non la si deve) mettere per il proprio piacere personale, è una cravatta-foulard di solo tessuto, costruita in modo innovativo ma pur sempre a mano, in un peso ed una morbidezza che non costringe in alcun modo e fa dimenticare di averla indosso; nello spirito di una eleganza disinvolta e naturale che fa sentire sempre a proprio agio chi la porta .

La maglieria, portata in particolare come sottogiacca, è caratterizzata anch'essa dai disegni esclusivi derivati dagli stessi capi originali degli anni '50 e '60 che hanno ispirato l'intera collezione. Questi disegni sono stati però ancora una volta reinventati in materiali, pesi e costruzioni innovativi e moderni. Le maglie raggiungono pesi ultraleggeri (solitamente propri solo della "donna") con filati 2/60 Nm e 2/80 Nm in puro cashmere, 3/80 Nm in cashmere e seta jacquard, 2/60 Nm in jersey o in interlock di puro cashmere . I modelli esclusivi, le proporzioni e le vestibilità fitted, i materiali di grande pregio ma stretch, le cuciture a taglio vivo ed i dettagli creati ad hoc per ogni singolo capo (come le sciarpe a coste rigirate su se stesse e staccabili in modello a "collare", le coste allargate ai fondi e sui colli, le riprese fatte a mano sul davanti) conferiscono ai capi un look grintoso, giovanile, lussuoso e perché no, al tempo stesso anche sexy.

I tessuti-maglia sono stati infine utilizzati per realizzare anche dei gilet di costruzione e modello sartoriale da abbinare spezzati ai capospalla, per dare un tocco di colore personale al proprio modo di vestire, nonché per realizzare a mano delle giacche interamente in tessuto che si distinguono per il loro estremo confort, che si può apprezzare e comprendere solamente quando si ha il piacere di indossarle. Anch'esse possono essere portate - magari in un modello dai revers con le punte a lancia tipico dei capi da sera - sia insieme ad un jeans per viaggiare che durante una serata speciale, in questa continua sobria fusione di grandi tradizioni e moderne innovazioni.

L'uomo, anche se forse ritardatario rispetto alla donna, è oramai da tempo in cerca di un nuovo stile che lo accompagni nei suoi rinnovati ritmi di vita che sono, ora più che mai, incentrati sulla persona e non più solo sulle consuetudini e sulle regole dettate e scandite dagli impegni lavorativi. Un look che sia adatto e che ci rappresenti dalla mattina in ufficio fino alla sera per una cena e magari anche una per festa inattesa, senza più bisogno di dover "correre a cambiarsi per togliere l'uniforme dopo il lavoro" o di dover invece programmare tutto in anticipo quando ci si veste la mattina.

Vestirsi in modo nuovo e differente, senza per questo essere stravaganti e rinunciare alla qualità ed alla tradizione, per esprimere una propria nuova filosofia di vita, centrata sull'individuo e sul proprio piacere, sull'essere e non sull'apparire, vestendo il proprio abito e non facendosi vestire da esso, sentendosi a proprio agio in ogni occasione ed esprimendo quell'eleganza disinvolta e rilassata che era propria ed innata in tutti gli uomini del XX secolo che si sono distinti per il loro stile ed il loro modo di Essere.

Mariella Belloni

Related posts:

1. **On air la nuova campagna progetto lavoro**
2. **Campagna Bluetooth Marketing in pieno stile Maori**
3. **INAIL "al lavoro con te", la nuova campagna**
4. **Il mobile marketing salta in alto**

WISH DAYS

mailup[®]
Be Relevant.

N A V I G A

Novembre 2011 Ottobre 2011 Settembre 2011
Agosto 2011 Luglio 2011 Giugno 2011
Maggio 2011 Aprile 2011 Marzo 2011
Febbraio 2011 Gennaio 2011 Dicembre 2010
Novembre 2010 Ottobre 2010
Settembre 2010 Agosto 2010 Luglio 2010
Giugno 2010 Maggio 2010 Aprile 2010
Marzo 2010 Febbraio 2010 Gennaio 2010
Dicembre 2009 Novembre 2009 Ottobre 2009
Settembre 2009 Agosto 2009 Luglio 2009
Giugno 2009 Maggio 2009 Aprile 2009
Marzo 2009 Febbraio 2009 Gennaio 2009
Dicembre 2008

