

Scanner

A CASA DI...



Atelier, casa, box ecc.

L'ingresso dello show-room di Massimo Alba, in zona corso Genova, «la zona del fashion non patinato milanese», dice.



Lezione di stile

Motivi d'ispirazione che vanno dalla natura ai versi di Manlio Sgalambro e Alda Merini. **Una casa-studio-laboratorio** nell'angolo più creativo di Milano. Lo stilista **Massimo Alba** ci ha aperto le porte del suo mondo, e della sua filosofia creativa. - *Cesare Cunaccia - foto di Gianni Pezzani*

Corso Genova è una zona ben diversa da quelle classiche e patinate del fashion milanese. Fragranze multietniche si miscelano a ottocentesche memorie della Scapigliatura, bizzarri edifici storicistici e razionalismo littorio fanno da scenario ai tantissimi giovani che affollano l'area a tutte le ore, bouquinistes, falegnami e vecchi impagliatori di sedie seguitano a esistere imperturbabili. È in una traversa del corso, in via Corsico, che lo stilista Massimo Alba ha creato un ambiente fascinoso, un po' abitazione, un po' ufficio, un po' show-room, dove non di rado ospita personali di artisti (Sabine Delafon, con i suoi quadrifogli porte-bonheur, tra gli ultimi) o concerti e performances di musicisti i più diversi.

«La casa», racconta Alba, «questa specie di mini-maison, la vedo come un luogo di

condivisione, un progetto e uno spazio che coinvolge anche gli altri».

SI INIZIA COL CASHMERE

Troni africani intessuti di perle policrome e grandi tavoli da sarto, scaffali in quercia, vetrine da museo dismesse, esili danzanti lampade '50 e librerie stracariche di volumi, fotografie e dipinti a tema nautico contribuiscono a estraniarti subito dal ritmo frenetico della città, a indicarti il senso del viaggio, un varco di fuga. La penombra diffusa e avvolgente è rotta d'improvviso da squarci di una luce chiarissima e lombarda. Massimo parla a bassa voce. Il suo percorso espressivo, fin dagli anni d'esordio con 97



Rue des Mimosas, a metà degli '80 (marchio che prendeva nome dall'indirizzo di René Magritte a Bruxelles), si interseca con quello di talenti come Mario Sgalambro e Franco Battiato, con la poesia di Alda Merini e Patrizia Cavalli.

Più che nutrirsi di memoria, un termine che rifiuta, nel suo approccio di lavoro Alba procede per assonanze e per affinità, tra continua sperimentazione e osservanza della tradizione, partendo dalla materia. Risultato, un casual-chic di impronta italiana permeato di flavours nordici e wasp, giocato tra un ritrovato rigore e la vocazione alla morbidezza. Mezzo filo di cashmere, leggero e prezioso – sua specialità assoluta – lavorato a mano, una maglieria che, come sottolinea, «ti deve abbracciare», una palette di tonalità cromatiche faded e ricercate, filati e tessuti realizzati e tinti appositamente in laboratori sparsi per l'Italia. Le proporzioni si ricompongono sul corpo, lievi corduroy e polo in jersey a patterns minuti, rossi e verdi stinti, consumati. E soprattutto il filo conduttore della natura nelle sue più diverse declinazioni, cromie meno definite, mouliné

miscelati e muschiosi, aure marine nordiche, blu indigo. Lo testimoniano i fotografi che hanno collaborato per le sue campagne, tra i quali Peter Lindbergh e David Bailey.

MOLTO PERSONALE...

«L'abito», afferma Alba, «ti deve appartenere. Sono per una personalizzazione della moda, non per un'adesione acritica,

totalizzante, di quanto ti propone. Oggi si parla tanto di custom made, di sartoria, spesso a sproposito. Una sorta di mistificazione, di confusione generale.

Fino a un paio di decenni fa in Italia quasi a ogni angolo c'era un sarto che possedeva una sua esperienza e un'ottica autonoma.

Tutti in qualche modo erano eleganti, al di là del livello sociale e culturale. Un dato che non è riuscito a passare al nostro contemporaneo.

Noi italiani possediamo un patrimonio di gestualità fisica unico; lo stile spesso ha molto a che fare con chi sei veramente, con la tua gestualità. Mi vengono in mente personalità eccezionali, Vittorio De Sica, la sua maniera di togliersi la giacca, come poteva e sapeva farlo. Oppure Luchino Visconti, l'unico che riusciva a



portare un Rolex d'oro con nonchalance stilizzata e divertita. Stile è una questione di osmosi, di credibilità, di saper rinunciare e spezzare l'ovvio. Stile è anche

ripetizione, qualcosa che ripetendosi prende forza, si afferma. Tutto parte dalla camicia bianca, in popeline leggerissima, carré a punta, collo e polsi morbidi, la mano che scrocchia, che suona come una vela al vento.

I dettagli, i bottoni, le cuciture, le fodere», conclude Massimo, «devono essere significativi. Per esempio, qualche anno fa ho voluto usare ikat antichi uno diverso dall'altro per foderare blazer maschili, con risultati magnifici ma anche irripetibili. Un'autentica follia». Le icone di Alba ripercorrono moods, epoche e sensazioni lontani tra loro. Si passa dalla Ingrid Bergman neorealista di *Stromboli* alla musica, con il rock febbrile e sofferto di Patty Smith e la versatilità di Bob Dylan. Ecco la struggente tromba jazz di Chet Baker tra NYC e Parigi nei tardi Fiftie's e la cifra pittorica, sospesa e stilizzata, i trasparenti colori da crayon-box dei ritratti di Elizabeth Peyton. Affiorano quotes indiane e della Tangeri '70, tra transumanze hip&rock e

l'eccentricità patrizia britannica abroad di Cecil Beaton e di David Herbert, del quale Massimo, radici venete e avventuroso viaggiatore fin dalla prima gioventù, custodisce aneddoti gustosi e un ricordo indelebile. C'è un nonno amatissimo e anglophile che gli regala un suo maglione Robertson, che diviene feticcio e coperta di Linus. Un grand tour sentimentale in cui non può mancare l'isola di Ischia, cui Massimo è legato dalle origini paterne della moglie Mari, di madre tedesca, perfetta esemplificazione del suo ideale femminile. Una trama di segni e suggestioni complessa e casuale, ma anche leggera, astratta. Il passato, vissuto per frammenti, che si connette direttamente con la sfida del futuro.

UNO SPAZIO PIENO DI STORIE

Le immagini di queste pagine raccontano la fantasia che regna nello studio-showroom-base operativa di Massimo Alba, situato a Milano, in via Corsico 8. Ideatore, a metà anni 80, dei marchi Ever Clean e 97 Rue des Mimosas, Alba è stato direttore creativo di Malo (dal 1988 al 1999), marchio per cui ha sviluppato l'immagine e il concept di prodotto di marchi come Malo, chiamato poi a definire la nuova identità dei marchi Piombo, Agnola e quindi Ballantyne (dal 2002 al 2006). Nel 2007 ha presentato la sua nuova collezione A/I 2007/08 per donna, uomo e bambino.



Excursus Decorazioni animiste dell'Africa profonda e moderni "transformers" usati come manichini. Il mixage di influenze è molto curioso...