

**MODA** - Così la racconta la fashion blogger e influencer Gina Beltrami

# Stravagante ed eccessiva la London Fashion Week

**LONDRA** - È una moda libera, versatile e parecchio luccicante quella della prossima stagione invernale. Parola di **Gina Beltrami**, fashion blogger e influencer carpigiana che nell'ultimo mese ha "captato" le tendenze autunno-inverno 2020-21 emerse dalle principali sfilate internazionali. Quest'anno ha scelto di partecipare alla London Fashion Week, la più innovativa di tutte. «A Milano è stata soltanto una toccata e fuga e ho seguito con un collegamento in diretta la presentazione di Clips, che mi ha entusiasmata con una collezione veramente d'effetto - racconta Gina Beltrami -. Per il resto ho scelto di andare soltanto a Londra perché la sua settimana della moda mi piace molto, l'atmosfera è easy, è frequentata da gente giovane e personaggi stravaganti. Tra l'altro mi sento particolarmente apprezzata per il mio lavoro: il British Fashion Council mi ha accreditata come blogger e con il pass potevo entrare dappertutto: avevo tantissimi inviti tra sfilate ed eventi. Ovviamente li ho dovuti selezionare e ho scelto le passerelle dei designer emergenti. A Londra danno molta importanza e fiducia ai nuovi talenti e ogni edizione allestiscono una location per far sfilare le loro proposte. Stavolta era la Victoria House, un palazzo in zona Covent Garden». La settimana della moda londinese non ha deluso le sue aspettative per quanto riguarda le ambientazioni, ma anche le proposte creative viste in passerella. «Mi è piaciuta per i suoi eccessi e le sue stravaganze - commenta -, ma ho visto anche collezioni portabili, tanta sartorialità, attenzione ai dettagli e un'eleganza particolare con tessuti broccati illuminati da bagliori oro e argento».

La tendenza shining, con luccichii regalati da paillettes e lurex continuerà quindi anche il prossimo inverno, dopo aver dominato la stagione estiva alle porte.



La fashion blogger a Londra con un outfit Se-Ta

Come ci vestiremo quindi nell'autunno-inverno che verrà? «Brilleremo parecchio - assicura la fashion blogger carpigiana -. E poi rimarrà in voga il trend power women con i tailleur strutturati ed eleganti, andranno ancora le frange di tutti i tipi e materiali e lo scozzese in tutte le sue versioni, anche rivisitate. Come colori, predominano quelli forti, il bianco e il nero, che non passa mai di moda. Negli ultimi anni comunque c'è tanta libertà nella moda: esistono dei macrotrend che

vengono declinati secondo stili diversi. Sicuramente ho visto tanto lusso, tanti cristalli, ma anche capi molto minimali e puliti. Ce n'è davvero per tutti i gusti, insomma...».

Gina Beltrami ha alternato le sfilate agli shooting fotografici per l'aparthotel e i ristoranti con cui aveva una partnership e per i marchi con cui collabora. Tra questi, alcuni brand di abbigliamento carpigiani (Clips, Donne da Sogno, LFDL e Se-Ta) e un'azienda di scarpe inglese.

CLAUDIA ROSINI



A sinistra, Gina Beltrami a Londra indossa un look Donne da Sogno. Sotto, veste Clips e, in basso, LFDL



**MILANO** - Sotto i riflettori di Milano **Alessia Santi** ha presentato la terza stagione del marchio che porta il suo nome. A un anno dal lancio della prima collezione (dopo 15 anni trascorsi al timone stilistico di Manila Grace), il brand è approdato in 600 negozi distribuiti tra l'Italia e l'estero con il suo mood femminile e cosmopolita e la sua moda made in Italy.

L'etichetta si caratterizza per il gusto contemporaneo, con un target di prezzi medio ed è il risultato della partnership con **Stefano Bonacini**, titolare di Gaudi, con cui Santi ha dato vita alla società

**AZIENDE** - Ex Manila Grace

## Alessia Santi: la sostenibilità e il piacere di sorprendere



Alessia Santi

a cui fa capo il marchio. Un total look in cui la maglieria ha il ruolo preponderante, affiancata da pantaloni, camicie e giacche. Proposte realizzate principalmente in Italia, tra la zona di Carpi e la provincia

di Como, fatta eccezione per i capospalla sportivi.

«Rivolta a una consumatrice di 25/30 anni, la label si colloca su un target di prezzi medio ed è pensata per una donna indipendente, a livello

economico ma anche di idee - ha spiegato la designer -. Il tema del prossimo inverno è un gioco degli opposti, che scaturisce dall'elaborazione di tessuti maschili in un'ottica femminile. Mi piace di stagio-

ne in stagione cercare soluzioni non convenzionali e scompigliare le carte per trovare nuove armonie. Un percorso che guarda sempre alla moda con un'ottica internazionale».

Per il futuro Alessia Santi punta ad affrontare il tema della sostenibilità. «Uso principalmente materiali naturali come lane, cotone, seta, lino e quindi il mio è già un approccio responsabile - ha detto -. Voglio partire quindi dall'esterno, ossia da cartellini, etichette, appendini, che generano una grande quantità di rifiuti: un progetto che ho in serbo a partire dalla prossima stagione invernale».