

Nato nella fredda Siberia 35 anni fa, Max Kibardin è un estroso stilista di calzature all'avanguardia per stile e design. Dopo una carriera da modello si trasferisce a Milano per frequentare l'Istituto Marangoni. Nel 2004 presenta la sua prima collezione di scarpe e borse, dallo stile glamour, che si rivela subito un successo. È solo l'inizio di un'ascesa che lo porta oggi a collaborare per grandi griffe del fashion e ad esportare il suo marchio in tutto il mondo.

# Max Kibardin, IL BELLO DEGLI ACCESSORI

di Paola Cassola

Come è nata la passione per gli accessori moda?

Sono sempre stato appassionato di moda, un mondo al quale mi sono affacciato inizialmente come modello.

Dal fashion system moscovita ho capito che mi sarebbe piaciuto lavorare come stilista così mi sono trasferito a Parigi, dove ho conosciuto Karl Lagerfeld, che mi scelse per un suo servizio di moda. Poi ho studiato a Milano all'Istituto Marangoni. Da qui, dopo un primo ten-

tativo come stilista di abbigliamento, nel 2004 ho lanciato la mia prima collezione di borse e scarpe di alta gamma.

Da dove trae ispirazione?

Senz'altro dall'arte e dal cinema, che amo, ma mi lascio ispirare anche dai bei materiali, come le pelli di qualità, in cui mi imbatto durante le fiere.

Non mi sento particolarmente legato alle tendenze, forse è per questo che i miei modelli "durano" diverse stagioni.



Accessori della collezione A/I 2011-12. In basso sandalo della P/E 2012

È diverso creare scarpe da uomo e da donna?

Il mio atteggiamento è lo stesso perché amo il classico updated. Parto dalle strutture classiche alle quali aggiungo un particolare, un "embellishment" che distingue e valorizza la scarpa. Per l'uomo punto sulla tradizione e su un look casual. A volte propongo pezzi "dandy", da collezionista, ricordo una pantofola completamente ricoperta di swarovski che avevo ideato tempo fa. Alla donna associo eccentricità e innovazione, quello che definisco "shock-chic", ossia la capacità di scioccare con una scarpa che non rinunci ad essere chic.

Come è organizzato il suo marchio?

In 8 anni ho strutturato la parte commerciale della mia collezione, di cui mi occupo con altre cinque persone. Seguo personalmente la distribuzione e il contatto con i compratori che ricevo nel mio showroom di via Solferino 3, a Milano. I miei accessori sono molto richiesti all'estero, soprattutto da Giappone e Stati Uniti. Il mercato italiano, dove comunque disponiamo di diversi clienti, sta invece attraversando un periodo economico difficile.

Ci parli delle sue collaborazioni.

Nel corso della mia carriera ho collaborato con tante griffe della moda made in Italy come Pollini, Furla, Alberto Biani. Attualmente ho un paio di collaborazioni attive delle quali però non posso parlare, inoltre sono direttore creativo di Bruno Magli per il quale gestisco l'intero reparto design. Molte collaborazioni però non sono fisse e legate, come si usa in Italia, alla produzione di intere collezioni. All'estero, infatti, si usa collaborare ad hoc per show e sfilate, io ad esempio

ho realizzato alcune scarpe per le sfilate di Pringle of Scotland, Chado Ralph Rucci e J. Mendel. In questi casi i designer vengono da me e insieme adattiamo le mie scarpe ai loro look, ampliandone, ad esempio, la gamma dei materiali o dei colori.

C'è un pizzico di follia nelle sue creazioni, come reagisce il mercato?

Bene, il mercato sembra apprezzare la mia voglia di osare... anche se i compratori a volte mi chiedono di realizzare scarpe più classiche e più vendibili. Bisogna però dire che il mercato segue molto le tendenze, apprezza e acquista ciò che la moda propone. Secondo me, invece, una scarpa andrebbe realizzata e acquistata indipendentemente dalla moda della stagione, perché è un prodotto che dura per sempre.



Alessandro Iliprandi

## ABOUT BONAUDO

Ricerca, innovazione, continuità, risorse umane e prodotti che coniugano stile e performance. Sono questi i cardini della filosofia di Bonaudo, concerta con alle spalle 90 anni di tradizione, guidata dal 1994 da Alessandro Iliprandi. Specializzata nella produzione dei grandi classici della tradizione conciaria italiana destinati ai marchi del lusso e dello sportswear, l'azienda da sempre investe fortemente nel made in Italy e nella creatività, alla ricerca costante del bello. E proprio al fine di perseguire la propria mission aziendale, la realtà con sedi produttive nelle province di Milano, Verona e Firenze ha instaurato un fruttuoso dialogo con le arti, perché è dalla ricerca del bello che nasce il nuovo.

[www.bonaudo.com](http://www.bonaudo.com)