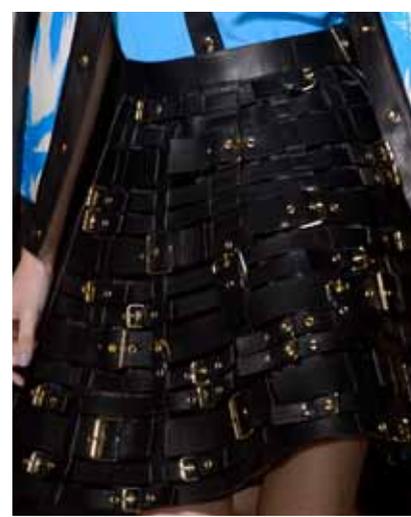


Dopo il debutto in passerella a Milano Moda Donna con il marchio che porta il suo nome, Puglisi stenta a frenare l'entusiasmo, dichiarandosi "vulcanico" e pronto per "creare qualcosa di grande". Lo stilista messinese amato da Hollywood torna in Italia e raccoglie i frutti delle sue creazioni. Grazie al talento, a un team affiatato e a una convinzione: "Non esiste solo il fast fashion".

# Fausto Puglisi

## "SONO PRONTO PER FARE GRANDE LA MIA MAISON"

di Caterina Zanzi



Nella pagina a fianco, Fausto Puglisi.

In alto, due close up delle proposte per la primavera-estate 2014. Qui a lato, un look della sfilata Fausto Puglisi a Milano.

### Puglisi, come si sente dopo la prima volta in passerella?

Elettrico. Ero abituato a fare presentazioni, ma la prima sfilata è un momento indimenticabile. Il debutto a Milano mi ha dato ancora più carica, insieme alla convinzione di volere continuare a creare e, anzi, di volerlo fare sempre di più. Fosse per me darei vita a una linea di accessori, di home decor, di abbigliamento maschile, addirittura di auto! Ma so che ogni cosa ha il suo tempo e necessita dei momenti e delle persone giuste. Sono convinto che questo sia solo l'inizio.

### Dove vuole arrivare?

Non esistono punti di arrivo, ogni fine è in realtà un nuovo inizio. Mi sento pronto per dare vita a un grande progetto e costruire una maison italiana aperta al mondo, capace di farsi contaminare da ciò che accade fuori, pur avendo salde radici in Italia.

Eppure all'inizio non è stato così facile... Dopo la consacrazione a Hollywood e aver vestito Madonna e Whitney Houston, sono tornato in Italia pensando di riuscire a ritagliarmi un certo spazio. Così non è stato: a Milano ho trovato un clima ostile, non sono stato accettato in diversi concorsi, mi sentivo scoraggiato. Da lì la decisione di trasferirmi, questa volta in via definitiva, in America. Negli Stati Uniti mi sentivo accolto e apprezzato: ero partito come cameriere a Tribeca ed ero arrivato a vestire gli invitati alla festa di Michael Jackson. Mi sentivo ingenuo nell'aver pensato di trovare la stessa meritocrazia in Italia.

### Poi è arrivata la chiamata di Domenico Dolce e Stefano Gabbana...

Esattamente un mese prima di trasferirmi in America mi hanno chiesto di entrare a far parte del loro storico negozio Spiga2. Ero l'unico italiano a essere stato scelto in quel momento: è stata una cosa che non dimenticherò mai perché mi ha cambiato la vita.

### Come coniuga il suo impegno di direttore creativo di Ungaro con quello per il suo marchio?

L'esperienza con la maison, iniziata nel

2012, è uno stimolo per i miei progetti personali. Emanuel Ungaro ha una storia bellissima e mi affascina che, essendo prodotto da un gruppo italiano (Aeffe, ndr), coniughi il flair francese con il know-how di casa nostra.

### A chi si rivolgono le sue creazioni?

Non esiste un target preciso a cui miro. Ho voluto creare pezzi inaccessibili interamente ricamati in Italia, ma anche camicie da uomo perfette per essere indossate sopra ai leggings. Quel che è certo è che chi compra la mia collezione è un amante del made in Italy e, a giudicare dai risultati che ho avuto in termini di sell-out, i fan dei prodotti italiani devono essere davvero tanti. Trovo sia una bella risposta per chi continua a parlare di contemporary: oggi esistono le grandi catene, ma è giusto che i designer continuino a produrre con una certa coscienza e con una certa materia prima. La democrazia ha a che fare con i diritti umani, non con la moda. Se davvero si pensa che tutti si possano permettere tutto, allora bisogna anche scendere a patti con l'idea che le aziende delocalizzano. Per quanto mi riguarda è vero il contrario. Continuerò a produrre in Italia, come faccio tuttora: dai pellami alle sete, scelgo solo il meglio della filiera italiana.

### Che progetti ha attualmente?

Continuare a fare bene e a stupire. Neiman Marcus ha appena comprato la collezione del mio marchio, potrei essere più felice di così?



Alessandro Iliprandi

### ABOUT BONAUDO

Ricerca, innovazione, continuità, risorse umane e prodotti che coniughino 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