



ph François Joret

Pierre-Louis Mascia: "IL MAGICO POTERE DEGLI INCONTRI"

di Caterina Zanzi

Per lui, la moda non è decisamente un'ossessione. Le sue collezioni sono composte da un massimo 20 pezzi, tutti diversi. E i cambiamenti, di vita e professionali, arrivano sulla scia di incontri che portano energie positive. Storia di un creativo i cui foulard made in Italy sono diventati un'icona.



ph François Joret



In queste pagine, alcune immagini della collezione A/I 2018 e dello showroom di Tolosa

In apertura, un ritratto di Pierre-Louis Mascia



ph François Joret

Illustratore, scenografo, stilista: chi è davvero Pierre-Louis Mascia?

Non amo le definizioni, tanto più se riferite a me stesso. Dopo aver studiato alla Scuola di Belle Arti di Tolosa, città in cui sono nato e dove vivo tuttora, ho iniziato la mia carriera come illustratore di moda. Ho lavorato in Giappone per molti anni, nel campo delle arti grafiche. Poi, per 9 anni sono stato direttore artistico di Première Classe, la fiera parigina dedicata agli accessori. E infine, nel 2007, ho lanciato la linea di foulard che porta il mio nome. Ma tutt'oggi, mi sento più un disegnatore che uno stilista: considero le stampe alla stregua di vere e proprie opere d'arte.

Come descriverebbe le sue collezioni?

Uniche: ogni stagione ha per scelta circa una ventina di pezzi, non di più. E di qualità. Tutti i miei capi sono made in Italy, realizzati interamente a Como: lì ha sede Achille Pinto, la storica stamperia serica a cui ho affidato la licenza della produzione. Queste peculiarità si riflettono nella durata pressoché infinita dei prodotti: voglio che una mia sciarpa possa accompagnare anche dieci anni una persona, potenzialmente.

Da dove trae ispirazione per i modelli?

Dalla vita. Credo che il posto in cui abiti e ciò che ti accade influiscano inevitabilmente sulla tua creatività e, da ultimo, sulle tue produzioni. Quando vivevo a Parigi gli esiti dei miei processi artistici

erano completamente diversi da quelli, per esempio, che ho da quando sono tornato a vivere a Tolosa. Gli avvenimenti sono il motore più potente di una creazione.

Di recente ha lavorato insieme ad altri marchi, tra cui Herno e Felisi. Come sceglie le sue collaborazioni?

In base agli incontri che faccio, e al tipo di energia che mi trasmettono. Faccio un esempio: mi ha chiamato Claudio Marenzi perchè in Giappone aveva comprato una mia sciarpa e gli era piaciuta. Ci siamo trovati, come si dice in questi casi? Questione di feeling.

I cobranding sono però anche una buona occasione per allargare la sua offerta ad altre categorie di prodotto...

Certamente. Tramite queste collaborazioni ho avuto modo di occuparmi anche di borse, t-shirt, piccola pelletteria. Ma ripeto, non è in nessun caso una mera operazione di marketing.

In quali aree geografiche riscuote maggiore successo?

Direi in misura eguale in Europa e in Asia, soprattutto il Giappone.

Non ha mai considerato l'idea di diventare direttore creativo per qualche brand?

Anche in questo caso, lascio che le cose accadano. Sono molto aperto in questo senso. Cinque anni fa, ad esempio, sono

stato contattato da Christian Dior per guidare una nuova divisione dedicata alla seta. Per diverse ragioni, alla fine, non è andata. Ma sono sicuro arriveranno altre occasioni: non interpreto mai la mia vita come una scalata verso qualcosa, lascio che le cose accadano.

Quale marchio le piacerebbe guidare?

Senza dubbio Hermès, il migliore brand in circolazione. Non cerca di soddisfare a tutti i costi il pubblico, né di essere sempre al passo con le tendenze, la moda intesa come trend poco gli importa. Un po' come a me.



Alessandro Iliprandi

ABOUT BONAUDO

Ricerca, innovazione, continuità, risorse umane e prodotti che coniughino stile e performance. Sono questi i cardini della filosofia di Bonaudo, concaerica 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 provincie di Milano, Verona e Firenze da due anni ha instaurato un fruttuoso dialogo con le arti, perchè è dalla ricerca del bello che nasce il nuovo.

Bonaudo collabora con Pambianco Magazine per dare risalto alla nuova generazione di fashion designers.

www.bonaudo.com