

La forza della coppia Il glamour è complice

DALL'IDEA DI UNA *giacca sartoriale* DALLE LINEE SOVRAPPONIBILI *per lei e per lui*, SI VA *oltre* IL *genderless* E IL TOGETHERNESS *Un giovane italo-svizzero* HA FIRMATO LA PROPRIA *capsule* E *condiviso* CON UNA NOTA STILISTA LA FILOSOFIA DI *sostenibilità*

di Vera Fisogni

foto courtesy R4R e Roberta Redaelli



Riccardo e Roberta Redaelli
zia e socia nel lancio della linea
di abbigliamento "di coppia"
con cui ha esordito

Quattro lingue parlate alla perfezione, scuole ed esperienze di vita in ben 10 diversi Paesi del mondo, ormai prossimo a diplomarsi nella più prestigiosa scuola al mondo di hotellerie, a Ginevra, Riccardo Redaelli è un talento della moda. Italo-svizzero, ha radici comasche da parte del papà, mentre la mamma è svizzero-libanese. Sua l'idea di creare una linea di capi basici - essenzialmente giacche, pantaloni, polo, camicie ed accessori - per la coppia: non unisex, ma in fortissima consonanza. Una proposta singolare, in cui ha subito creduto la stilista comasca Roberta Redaelli

Riccardo Redaelli
con una modella.
Indossano la giacca
della capsule R4R.





CALCIO E HOTELLERIE LE GRANDI PASSIONI

Riccardo Redaelli, 21 anni, ha trascorso la sua breve vita in tre continenti ed è poliglotta. Oltre alla moda, che lo vede già attivo sul piano stilistico e produttivo, ha la passione del calcio («Mi ha insegnato a coltivare una passione, a essere determinato e a non arrendersi di fronte a ostacoli che a volte sembrano insormontabili») e dell'hotellerie. Sta per diplomarsi alla scuola alberghiera di Ginevra, la più prestigiosa al mondo. Lavora al Servette Football Club, una squadra storica svizzera. Qualche tempo fa, la stilista comasca (e zia) Roberta Redaelli gli ha offerto l'opportunità di far parte della sua avventura imprenditoriale «creando un marchio che riunisca i valori e lo stile di vita della nostra famiglia - ricorda Riccardo - È stato allora che è nato R4R ed eccomi qui ora».



(zia di Riccardo), che ha prodotto R4R, la capsule del giovanissimo imprenditore. Insieme hanno anche condiviso il progetto di ripresentare la collezione della scorsa primavera, mai immessa sul mercato dell'alta moda, a cui avevano collaborato. Una scelta che distingue e rende particolarmente interessante il profilo di questo millennial capace di leggere i tempi, cavalcando le trasformazioni, come questo numero di "Tess" suggerisce.

Riccardo, lei è giovanissimo. Com'è diventato stilista?

La moda è nel mio Dna. Sono cresciuto seguendo da vicino il brand di mia zia, Roberta Redaelli. È stato naturale iniziare a lanciare idee e proposte per creare qualcosa di nuovo che sia perfetto anche i millennials.

La sua capsule primavera-estate ripropone capi che dovevano uscire un anno fa, quando è arrivato Covid. È molto interessante la motivazione: la finalità eco sostenibile, per evitare sprechi e risorse. Vuole parlarcene?

La scorsa primavera doveva uscire la capsule firmata R4R, ma il coronavirus ci ha costretto a chiudere prima. Sarebbe stato un peccato dover buttare il lavoro che ci ha visti in prima linea per mesi e dover sprecare modelli e materiali. La moda dev'essere consapevole e promuovere un senso di responsabilità etica sia verso l'ambiente, evitando sprechi e consumi eccessivi, sia verso chi ci lavora mettendo l'anima in ogni

cosa.

Lei ha esordito con un modello di giacca per uomo e donna, pressoché sovrapponibile. Perché? Qual è la sua filosofia?

L'idea era di creare un capo simile nelle linee per lui e lei, accomunato dagli stessi materiali e da colori e dettagli. La moda è uno strumento per lanciare messaggi forti. Cosa c'è di meglio che vestirsi coordinati? E questo vale indipendentemente dal sesso. Vestirsi in modo abbinato dice al mondo: «Ehi guardaci, siamo insieme e siamo una forza!».

La moda sartoriale e luxury, dopo Covid, punta sempre di più al team: si pensi a Prada e Raf Simons, protagonisti della nostra cover story. Cosa significa creare e produrre con una stilista già affermata, come Roberta Redaelli?

Creare con Roberta significa imparare sempre, da ogni piccolo gesto, da ogni idea. È come una fonte inesauribile di conoscenza da cui abbeverarsi giorno dopo giorno. Non è facile starle dietro ma è un'esperienza sul campo impagabile.

Dopo la pandemia, pensa che la moda avrà ancora un senso?

La moda avrà sempre un senso che cambia con la società che rappresenta. Sarà un modo nuovo di vivere la moda. Ci saranno più consapevolezza e attenzione. La gente vorrà comprare ancora ma punterà di più alla qualità. Credo che potremmo assistere ad un colpo duro al fast fashion a favore dell'alto artigianato e della sartorialità.

Lei è nativo digitale. A parte l'e-commerce e l'uso di tecnologie 3D per avere un'esperienza tattile del tessuto, in che modo il passaggio reale/virtuale inciderà nella moda, a vari livelli?

Social e nuove tecnologie sono sempre più centrali nella vita delle aziende. Pensare di prescindere da essi è impossibile. Il rischio è che si crei un senso di omologazione, quindi è fondamentale adottare un proprio stile e linguaggio e non copiare mai. Hai il mondo in mano ma basta un piccolo scivolone e ti sei bruciato a livello globale.

Per la sua capsule, a quale ispirazione ha guardato? E quali materiali ha impiegato?

La capsule è nata con la collezione "principale" di Roberta Redaelli. Vogliamo che la nostra clientela possano giocare con i capi e che pochi pezzi bastino per creare un armadio infinito. Il tema è l'India e i materiali sono quelli che hanno reso il brand unico: il tessuto maglia brevettato "Dinamitecs" e la seta elastica. Tutto a prova di pieghe e lavaggi in lavatrice. La moda di alto livello deve essere comoda e gestibile anche a casa.



The strength of a couple Glamour doubles

He can speak four languages perfectly, has attended schools and enjoyed life experiences in 10 different countries and is now close to graduating from the most prestigious hospitality management school in the world, in Geneva. Riccardo Redaelli is an Italian-Swiss fashion talent: his father's family comes from Como, while his mother is Swiss-Lebanese. It was his idea to create essential garments – mainly jackets, trousers, polo, shirts and accessories – for couples: not unisex, but in perfect harmony with each other. Riccardo's aunt, fashion designer Roberta Redaelli from Como, strongly supported this unique project and produced R4R, the young couturier's capsule. Together they also decided to relaunch the collection they had collaborated on last spring, which never came on the high-fashion market. A distinctive choice that sparks interest in the profile of this millennial who can keep abreast of the times and ride the wave of transformations, as this issue of "Tess" suggests.

Riccardo, you are very young. How did you become a fashion designer?

Fashion is in my DNA. Since I was a child,

I have been inspired by the brand created by my aunt, Roberta Redaelli. It was natural for me to start launching ideas and proposals to design something new that is perfect also for millennials.

Your spring-summer capsule collection features items that were to be unveiled last year, when Covid broke out. The reason behind that choice is really interesting: the environmental-friendly aim to avoid wasting resources. Would you like to tell us something about it?

Last spring, the R4R capsule was about to be launched, but Coronavirus forced us to close earlier than expected. It would have been a shame to throw the work we had been doing for months away, wasting prototypes and materials. Fashion should be mindful and promote a sense of ethical responsibility both towards the environment, by avoiding waste and overconsumption, and those working in this field, who put their heart and soul into everything they do.

You debuted with a jacket that is suitable both for him and her. Why? What's your philosophy?

My idea was to design items for men and

Un modello della collezione di **Roberta Redaelli**: Riccardo collabora con la zia nella gestione e nel marketing, fornendo anche un apporto creativo.



Un dettaglio della giacca sartoriale creata da **Riccardo Redaelli**, destrutturata, in lavorazione jacquard e risvolto couture in seta.



women that share similar lines, the same fabrics, colours and details. Fashion is a way of conveying strong messages. What's better than wearing the same clothes? And this regardless of gender. By wearing matching garments, you immediately tell the world, 'Hey look at us, we are together, and we're a force to contend with.'

After Covid, tailored and luxury fashion focuses more and more on teamwork: just think about Prada and Raf Simons, the protagonists of our cover story. What does creating and producing with a well-known stylist like Roberta Redaelli mean?

Creating with Roberta means learning from her every little act and idea. It is like an endless spring from which I can draw knowledge every day. It isn't easy to keep up with her, but it is an invaluable hands-on experience.

Will fashion still make sense after the pandemic?

Fashion will always be meaningful as the meaning it conveys changes in step with the society it represents. It will undoubtedly be a new way of experiencing fashion, more aware and attentive. People will want to buy again, but at the same time, they will focus on quality. I think we may witness a serious setback for fast fashion in favour of top-notch craftsmanship and tailoring.

You are a digital native. Apart from e-commerce and the use of 3D technologies to get a tactile experience of the fabric, how is the shift from real to virtual going to impact on fashion at all levels?

Social media and new technologies play a key role in business: it is impossible to think we can do without them. However, we risk spreading a sense of homogenization; therefore, it is crucial to develop a personal style, a language of one's own, without copying. The world is in our hands, but a tiny mistake may result in failure on a global scale.

Where did you find the inspiration for your capsule? Which materials did you use?

This capsule was conceived along with Roberta Redaelli's main collection. Our aim is to enable our clients to play with different items and to make them realise that with few garments they can create countless outfits. India is the central theme, developed with those materials that have made our brand unique: "Dinamitecs", our patented jersey, and stretch silk. Everything is wrinkle-proof and can withstand machine washing. Haute couture should be comfortable and easy to manage, also at home.

Translation by Asia Manzi, Lavinia Laetitia Rainoldi and Alessia Valli