

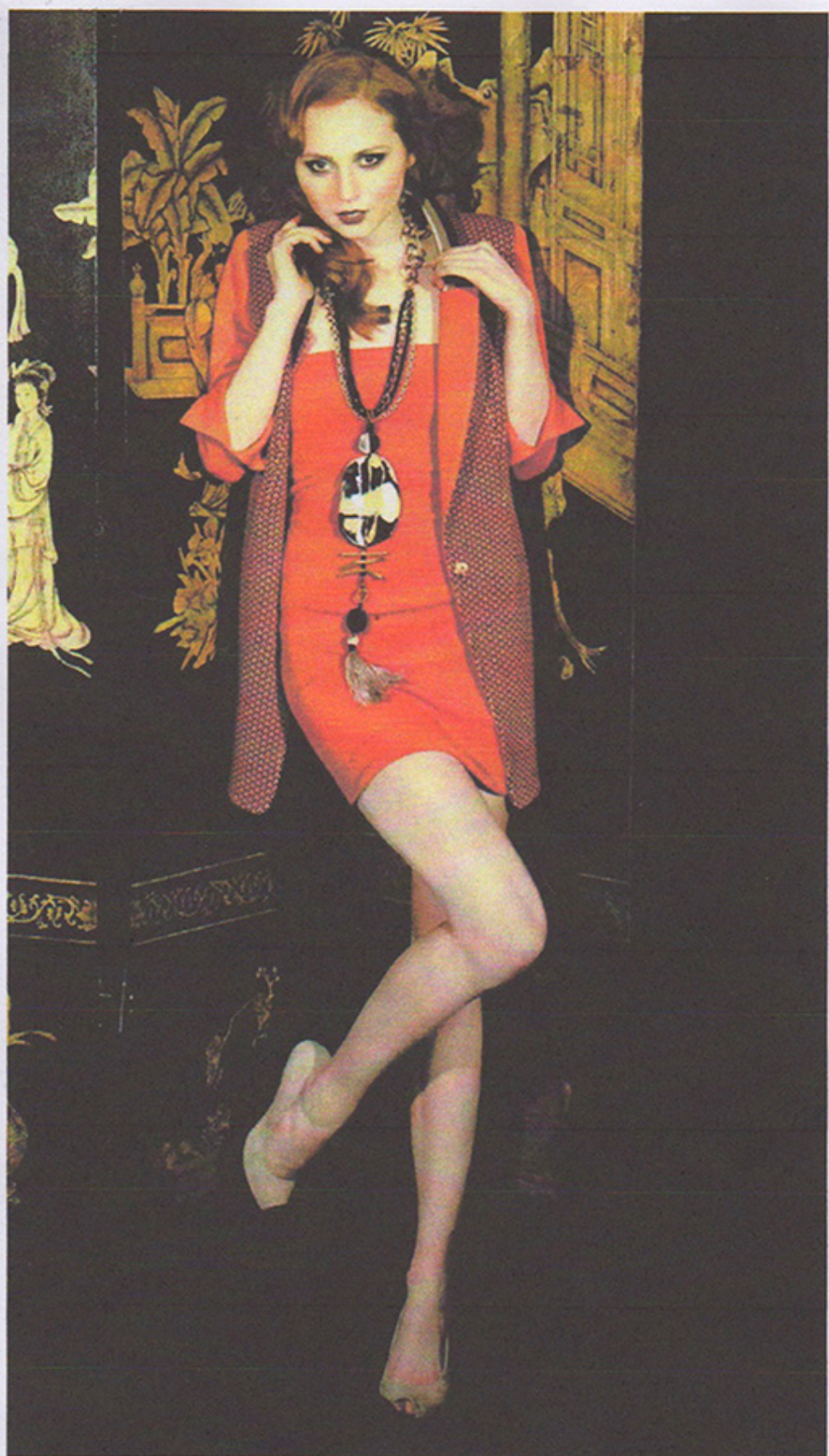
Processo dinamitecs - giacca e abito in maglia cotone
Abito in raso di seta
Abito in raso di sera con fascia in dinamitecs

Dinamitecs process - knitted cotton dress and jacket
Dress in silk satin
Satin evening dress with a band-tecs dinamitecs



COME SARÀ LA NUOVA FEMMINILITÀ

Per l'estate 2012 Roberta Redaelli punta su una collezione sofisticata, preziosa ma al contempo pratica, tutta ispirata agli anni '20 e al giapponismo. Ecco quindi fantasie che evocano le stampe ukiyo-e e colori come il pergamena, il verde mandorlo, il giallo pioggia d'oro e il rosso chiaro. Il corpo non è ostentato, ma reso più sensuale dall'eleganza degli abiti. Per una donna raffinata, colta, rigorosa, ma anche romantica.



WHAT WILL THE NEW FEMININITY LOOK LIKE?

For the summer of 2012, Roberta Redaelli relies on a sophisticated collection, precious yet practical, all inspired by the '20s and Japonisme. Hence, fantasies that evoke the prints ukiyo-e and colors like parchment, almond green, golden rain yellow, and soft red. The body is not ostentatious, but made more sensual by the elegance of the clothes: for a woman that is refined, intelligent, and rigorous, but also romantic.

Comasca, ex modella, la stilista Roberta Redaelli festeggia i 25 anni di attività nel 2013. E grazie a un innovativo procedimento di lavorazione, chiamato *dinami.tecs*, realizza capi, privi di fodere e cerniere, che non si stropicciano con l'uso. Che hanno già conquistato: Medio Oriente, Arabia Saudita, Emirati Arabi, Bahrain, Svizzera, Cina e Giappone.

*Fashion designer Roberta Redaelli, a former model originally from Como, will celebrate 25 years in business in 2013. Thanks to an innovative working method called *dinami.tecs*, she produces gowns, without linings and hinges, which do not crease with usage; they have already conquered the Middle East, Saudi Arabia, UAE, Bahrain, Switzerland, China and Japan.*

di Nicole Cavazzuti

traduzioni Gilda Zucollella

LO STILE NON FA UNA PIEGA

A STYLE WITHOUT A CREASE

Roberta Redaelli è una grande sostenitrice delle donne, non ci vuole molto a capirlo. Nella sua azienda di moda, nata a Como nel 1988, ci sono solo presenze femminili. Comasca, ex modella, festeggia i 25 anni di attività nel 2013. Ed è più che soddisfatta: "Le mie collezioni hanno viaggiato in tutto il mondo: Medio Oriente, Arabia Saudita, Emirati Arabi, Bahrain, Cina e Giappone. A renderle uniche è un'inedito procedimento di lavorazione della maglia che unisce ricerca di filati a speciali tecniche di tessitura finissaggio e confezione", spiega la stilista, nota per l'originalità creativa e la cura nella scelta dei materiali. L'inedito procedimento di lavorazione, di cui è stato recentemente depositato il brevetto, si chiama *dinami.tecs* e permette di realizzare abiti apparentemente strutturati che si plasmano sul corpo ma che posseggono il confort e l'elasticità della maglia e mantengono sempre inalterata la forma originale durante l'uso. "Il che li rende ideali anche per le donne che viaggiano: non hanno bisogno di essere stirati una volta estratti dalla valigia", puntualizza la Redaelli.

*It does not take much to realize that Roberta Redaelli is a strong advocate for women. In her fashion company, which began in Como in 1988, only women are employed. Native of Como and a former model, she will celebrate 25 years of business in 2013. She is more than satisfied: "My collections have traveled around the world: the Middle East, Saudi Arabia, UAE, Bahrain, China and Japan. To make them unique is an "innovative procedure for processing yarn that joins both research for threads and special textile finishing techniques and tailoring", says the designer, known for her creativity and careful choice of materials. The innovative manufacturing process, which was recently filed for a patent, is called *namis.tecs*. It allows you to create clothes that have an apparent structure, that mold to the body, but retain the comfort and flexibility of the knit while always keeping its original shape intact. "These qualities make them ideal for women travelers, they do not need to be ironed once extracted from the suitcase," clarifies Redaelli.*

È sempre stata appassionata di moda?

"Sì: fin da piccola il mio sogno è stato quello di plasmare la materia, tanto che a sei anni disegnavo già i vestiti per le Barbie".

Oggi che cosa la diverte di più?

"Disegnare abiti da sera che, grazie al procedimento di lavorazione utilizzato, risultano scolpiti sul corpo ma al contempo molto dinamici".

Che qualità l'hanno aiutata a emergere?

"Innanzitutto, l'onestà morale nei confronti del cliente. Poi, la curiosità, l'amore per l'arte e l'attitudine a viaggiare. Conoscere il Medio Oriente, la Cina e il Giappone mi ha permesso di completare la visione del mondo e, in un secondo tempo, di diventare popolare all'estero".

Chi è il suo target di riferimento?

"La donna tra i 30 e i 60 anni, che apprezza il lavoro, la qualità e la ricerca".

Ha mai pensato di ampliare la collezione all'uomo?

"Abbiamo fatto dei tentativi, ma non riusciamo a seguire due collezioni".

Chi le piacerebbe vestire?

"Emma Marcegaglia".

Va alle sfilate?

"No, non voglio lasciarmi influenzare da quello che fanno gli altri".

Quali sono le vostre strategie di comunicazione?

"Miriamo a una comunicazione alternativa. Puntiamo su internet, sui social media, sugli eventi e sul connubio tra arte e moda. Al contrario, non investiamo in pubblicità sui giornali o in editoriali a pagamento e nonostante questo riusciamo a convergere l'interesse dei giornalisti".

Fenomeno e-commerce: secondo lei aiuta la moda?

"Sì. Personalmente, voglio dedicare una parte del sito proprio all'e-commerce".

La ricetta contro la crisi?

"Senza dubbio, la qualità".

Che cosa pensa dell'esplosione delle fashion blogger?

"Possono influenzare il mercato delle più giovani".

Tra i colleghi chi apprezza?

"Prada per la ricerca, Gucci per il gusto".

Il mondo della moda è difficile?

"Per quanto mi riguarda, no, perché gestisco tutto direttamente, compresi i rapporti con i fornitori".

Have you always been passionate about fashion?

"Yes, my dream since childhood was to make shapes with materials, so that, by six years old, I was already designing clothes for my Barbie."

What's most fun for you today?

"To design evening attire. Thanks to the manufacturing process that I use, the attire hugs the body, while still allowing for movement."

What qualities have helped you to stand out in your field?

"My honesty with customers, curiosity, love of art, and my flair for travel. Knowing the Middle East, China, and Japan has enabled me to acquire a more complete vision of the world and to become popular abroad".

Who is your target audience?

"Women between 30 and 60, who appreciates the work, the quality, and the research."

Have you ever thought to expand the collection to men?

"We made some attempts, but we cannot follow two collections."

Who would you like to dress?

"Emma Marcegaglia."

Do you go to fashion shows?

"No, I don't want to be influenced by what others do."

What are your communication strategies?

"We aim at alternative communication. We rely on the Internet, social media, events, and on the marriage between art and fashion. On the contrary, we do not invest in advertising in newspapers or in paid publishing. Yet, we attract the interest of journalists."

About the e-commerce phenomenon: do you think it helps the fashion?

"Yes. Personally, I want to dedicate some of my website to e-commerce."

What's the remedy for the crisis?

"Without doubt, quality."

What do you think about the explosion of fashion bloggers?

"They can influence the younger market."

Who do you appreciate the most, among your colleagues?

"Prada, for research; Gucci, for taste".

Is the fashion world difficult?

"Not for me, because I manage everything directly, including relationships with suppliers."