

VANITY FAIR

SOLO €1,50

Esclusivo 1

JO CHAMPA

Mio figlio chiede: che cos'ha detto papà prima di morire?

Esclusivo 2

PISTORIUS, L'UOMO BIONICO

Ho voglia di ballare con Milly Carlucci

BEAUTY

» GLICOBIOLOGIA

» BLEMISH BALM

Una scienza e una crema per cambiare pelle

SONO STATA MISS ITALIA

E non mi sono divertita

«L'onesto, anche se schiavo, è libero; il malvagio, anche se re, è schiavo»

- SANT'AGOSTINO

DOPO DON VERZÉ

Che segreti nascondono i 12 Sigilli?

SOLDATESSE NEL DESERTO

Capodanno in Afghanistan, sotto gli spari e i teli di plastica

Madonna nel 1987, a 28 anni. Oggi che ne ha 53, è regista di «Edward e Wallis», nei cinema a febbraio.

- FOTO HERB RITTS

Madonna

NON SERVE ESSERE BELLA PER ESSERE AMATA

Quando posò per questa foto, tanti anni fa, una regista la preferì alle attrici splendide e famose, e la trasformò in diva. Oggi che la regista è lei, racconta la storia di una donna tanto imperfetta quanto capace di far innamorare. «Come me»



9 771723 667085

POSTE ITALIANE SPA - SPED. A.P. - D.L. 352/03 ART. 1, C.M.I. - PREZZO BASE ANCHE AI FINI DEGLI ABBONAMENTI € 2,00 - PREZZI EDICOLA ESTERO: F € 3,00 - CH CHF 6,50 - CANTON TICINO CHF 5,80 - B € 4,00 - LUX € 4,00 - COSTA AZZURRA € 4,00 - UK € 2,00 - GR € 4,00 - P € 3,20 - D € 3,60 - E € 3,00 - USA \$ 3,95

N. 1 SETTIMANALE
11 GENNAIO 2012

Attenti, sono PROACTIVE

L'aggettivo inglese lo traduce lei, al termine dell'intervista: «Rompicoglioni». A questo punto avrete capito che per LIVIA GIUGGIOLI, italianissima moglie di COLIN FIRTH, la battaglia per portare sul tappeto rosso abiti e gioielli «Eco» non è un hobby. «Secondo voi, perché mi chiamano Signorina Rottenmeier?»

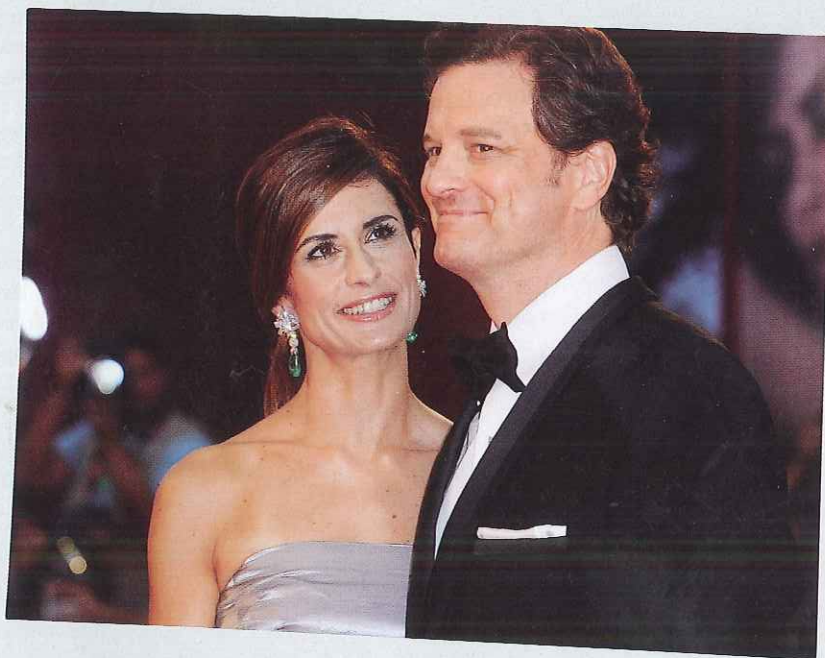
DI PAOLA JACOBI • FOTO WILL WHIPPLE

C

Conoscete Livia Giuggioli Firth, no? L'avrete vista molte volte, anche su queste pagine, a fianco del marito Colin, l'attore straordinario che l'anno scorso ha vinto l'Oscar per *Il discorso del re* e che tutti amiamo fin da quando indossò quel terrificante maglione con la renna nel *Diario di Bridget Jones*.

Italiana (è nata a Roma), bella come un'attrice, Livia è tutto fuorché una statua da passerella, anzi. È un tipino testardo e battagliero che ha deciso di mettere a soqquadro il red carpet, un'istituzione nel mondo del cinema che frequenta, cercando di rivoluzionarlo dall'interno.

Da due anni a questa parte, ha lanciato una sfida che si chiama Green Carpet Challenge. Ha chiesto a giovani stilisti di creare abiti riciclandone di vecchi e/o usando fibre ecologiche. Ha indossato solo gioielli realizzati con pietre e metalli di provenienza verificata. Ed è stato solo l'inizio.



Ho incontrato Livia a Milano, in un giorno di dicembre. A fine intervista ho assistito involontariamente a una telefonata con i suoi due figli. Il piccolo ha chiamato per lamentarsi del grande. La mamma ha parlato con entrambi e ricomposto lo scontro con diplomazia da delegato all'Onu.

Puntuale, efficiente e vitale in modo contagioso, ha ritagliato lo spazio per *Vanity Fair* tra una serata alla Scala con Colin e una partenza per Boston, dove aveva appuntamento con uno dei più grandi linguisti al mondo: Noam Chomsky.

Che cosa c'entra Chomsky con la moda ecologica?

«C'entra: quello del linguaggio è un problema cruciale. Non ne posso più di espressioni come verde, ecologista, equo. Parole che suonano "perbene", ma hanno qualcosa di noioso e pesante. Invece, bisogna trovare un modo per rendere tutto questo aspirazionale».

E per trovare una parola, va da Chomsky?

«Ho avuto la fortuna di conoscerlo anni fa, quando lo intervistai per un mio documentario, e così gli ho scritto per farmi illuminare».



Livia Giuggioli, 42 anni, è moglie di Colin Firth, 51 (a sinistra, con lei), Oscar come miglior attore 2010 per *Il discorso del re*. Nata a Roma, la Giuggioli ha creato Green Carpet Challenge, grazie al quale un gruppo di stilisti realizzerà, per i grandi red carpet, nuovi abiti riciclati da quelli vecchi, usando fibre ecologiche.



• Che cosa ci vuole a far capire il concetto di moda ecologica? Niente scarpe o borse di cuoio ed è fatta.

«Non è così. Per cambiare l'approccio al consumo di abbigliamento bisogna ridiscutere tutto il nostro rapporto con i vestiti. Fino a vent'anni fa i nostri armadi erano ancora sostenibili. I cappotti duravano diversi inverni, un abito si indossava per più stagioni, magari passava da una sorella a un'altra e, infine, veniva adattato o trasformato. Ma da quando c'è stato il boom della *fast fashion*, abbiamo perso ogni contatto con quello che indossiamo. Non sappiamo da dove viene quel golfino, chi l'ha fatto. Siamo sempre meno interessati alla qualità, compriamo in quantità esagerate, facendoci prendere dalla frenesia, inseguendo l'illusione che tutto costi poco. Un cappotto a trenta euro? Lo compro giallo, lo uso sei mesi poi lo butto e ne compro un altro di colore diverso. È una specie di droga».

Ammetterà che la *fast fashion* è una straordinaria risorsa per chi ha poco denaro da spendere e non si può permettere l'artigianato di lusso della moda delle grandi firme.

«Il mio scopo è invitare la gente a riflettere prima di acquistare. Noi indossiamo le storie di chi ha realizzato i nostri vestiti. E le storie dietro a certi vestiti sono molto brutte, sono storie di sfruttamento che non si possono indossare con gioia. Io non separo mai l'impatto ambientale dalla giustizia sociale, le due cose vanno di pari passo. Ha presente il cotone egiziano?».

La miglior qualità, giusto?

«Certo. Peccato che venga coltivato con l'aiuto di una quantità spropositata di sostanze chimiche e raccolto da bambini sotto i dodici anni, sfruttati nelle piantagioni perché più veloci degli adulti per via della loro statura. Io non comprerò mai più delle lenzuola di cotone egiziano».

Adesso, sul suo sito www.eco-age.com, si trovano capi d'abbigliamento e accessori la cui tracciabilità è limpidissima. E lei stessa ha disegnato per Yoox una collezione, a edizione limitata, di abiti prodotti solo con scarti delle filiere. Bene, ma è poca cosa per contrastare i grandi numeri della produzione industriale. Si è mai sentita un po' Don Chisciotte?

«Mai. Anzi, credo che questo momento, anche a causa della crisi economica, sia

«In famiglia, Colin è la mente, io sono quella che fa, quella che non molla mai l'osso»

molto fertile in termini di idee e coraggio di ridiscutere stili di vita».

La sua sfida, il Green Carpet Challenge è iniziata nel 2010.

«E quest'anno rilancio. Ho proposto la sfida ad alcuni stilisti, da Tom Ford a Valentino, da Armani a Roger Vivier e altri. Per ognuno dei grandi appuntamenti di tappeto rosso dell'anno, realizzeranno almeno un abito per una celebrity concepito e prodotto seguendo le linee guida di Eco-Age. Ma l'obiettivo finale è molto più ambizioso: ottenere dalle istituzioni Europee le leggi sulla provenienza dei tessuti».

Ancora più vischiosa di quella dei tessuti è la provenienza di metalli e pietre preziose che servono a fare i gioielli, altri oggetti di grande visibilità sui red carpet.

«È quasi impossibile comprare gioielli etici che non siano prodotti da artisti singoli già sensibilizzati. Però da un anno la Fair Trade Foundation (www.fairtrade.org.uk) ha lanciato il primo oro equo e solidale: gli orecchini che portavo agli Oscar 2011 erano fatti con quello. Molti gioiellieri stanno diventando soci».

Tutte cose che avvengono all'estero, immagino.

«Sì, ma è stata proprio un'italiana, Daniela Colaiacovo, erede di una famiglia di imprenditori umbri che lavora nel cemento, la prima a sfondare il muro dei grandi marchi. Proprietaria di una miniera d'oro in Honduras, ha fondato una società (*Goldlake*, ndr) che si occupa di produzione e commercializzazione di oro etico. E, da due anni, è fornitore di Cartier».

Nel 2007 ha prodotto *In Prison My Whole Life* sulla vita di Mumia Abu-Jamal, un ex membro delle Pantere Nere erroneamente accusato di omicidio e diventato un simbolo contro la pena di morte e la malagiustizia. Adesso però si occupa solo di vestiti e gioielli etici?

«No, io sono un'agitatrice di professione e dove c'è da agitare, io agito. Sulla pena di morte, poi, non abbasserò mai la guardia. Proprio l'estate scorsa mi sono fatta sentire contro una società farmaceutica italiana che è rimasta una delle poche al mondo a fornire il sodio Tiopentale, so-

stanza che serve a produrre le iniezioni letali negli Stati americani in cui è ancora in vigore la pena di morte».

Anche suo marito è un attivista. Quanto vi legano questi interessi?

«Lo ammetto, senza esitazioni femministe, che è grazie a lui se la mia coscienza politica si è svegliata. Io sono sempre stata un bastian contrario di carattere. Le amiche, da ragazzina, mi chiamavano Signorina Rottenmeier, come l'istitutrice di Heidi, perché non ne lasciavo passare mai una. Ma è solo da quando con Colin che ho capito dove poter indirizzare le mie energie. Colin è un animale molto politico, non si può essere sua moglie senza condividere la sua partecipazione».

Nel mondo delle celebrity c'è un attivismo sincero e genuino, ma c'è anche un attivismo autopromozionale.

«Non mi pongo questo problema. Io accetto il contributo di tutti, vanitosi ed estremisti compresi. Dal di fuori, poi, si vedono solo quelli che agiscono, ma sa quante volte io e Colin abbiamo provato a coinvolgere qualcuno e ci siamo sentiti dire: "Io non me la sento, io non voglio espormi, questa iniziativa è troppo politica" e cose del genere? L'indifferenza è molto peggio dell'autopromozione».

Lei e Colin siete sposati dal 1997, avete due figli e siete molto uniti. Qual è il segreto?

«Credo che riguardi anche tutto quello di cui stiamo parlando. Progetti e valori comuni, ma anche una divisione di ruoli precisa. Lui è la mente, io sono quella che fa, quella che non molla mai l'osso».

Certo a casa vostra dev'essere un dibattito continuo.

«Abbastanza. Ma ci piace così. Sa che cosa non piace a me? Il silenzio. Non mi piacciono quelli che non alzano un dito perché "tanto non c'è alternativa". Un'alternativa c'è sempre. Bisogna impegnarsi a cercarla».

Come definirebbe il suo atteggiamento, invece?

«In inglese si dice *proactive*, in italiano rompicoglioni».

tempo di lettura previsto: 9 minuti

L'ETICA DELLO SHOPPING È ONLINE

Yooxygen è il progetto eco-friendly di Yoox.com, nato per portare la moda sostenibile, anche riciclata, ai 10 milioni di utenti del portale



Un hub su Yoox.com dedicato allo stile eco: questo è Yooxygen, che propone partnership con strutture internazionali, designer e artisti. Tra le ultime collezioni esclusive la eco-limited edition di Livia Firth con *Reclaim To Wear* (sopra, l'abito nei 5 colori disponibili), *Save the Sea* di Katharine Hamnett e la serie di T-shirt *ever.green* di Edun Live disegnate da celebrity. Il partner ufficiale del sito è Green Cross, organizzazione non governativa ambientalista. Eco anche il packaging per la spedizione, certificato a livello internazionale: www.yoox.com/yooxygen/department/dept/yooxygen

