

bellezza

Cécilia Bönström, 47 anni, svedese ma parigina d'adozione, è direttrice creativa di Zadig & Voltaire, marchio fondato dal suo compagno Thierry Gillier.



# RAGAZZE VINCENTI

Un'illuminazione,  
uno slogan,  
una *maglietta-manifesto*.  
Che oggi diventa  
un *profumo* creato  
per ricordare alle donne  
di avere coraggio  
e *godersi la vita*

di MICHELA MOTTA

T-shirt bianca con una scritta nera che cambia tutto e diventa il pezzo forte della collezione. E oggi quella frase è anche un profumo».

**NELL'UFFICIO** di Cécilia Bönström, direttrice creativa del marchio Zadig & Voltaire, lo sguardo rimbalza sugli oggetti come la biglia di un flipper: i vestiti della prossima collezione, Mickey Mouse, una chaise longue di pelle iper consumata, pile di libri e maglioni. Appoggiati ai muri ci sono i moodboard con idee, foto, ritagli, disegni: un flipper nel flipper.

È qui che Cécilia, 47 anni, svedese, ex modella, madre di tre maschi, crea i suoi capi dall'anima rock e rilassata, sexy e maschile insieme. Ed è qui che racconta la storia di un caso fortunato: «Per mesi abbiamo preparato la collezione autunno-inverno 2017 in vista della nostra prima sfilata a New York, il biglietto da visita per gli Stati Uniti. Era tutto pronto quando, venti giorni prima dello show, ci viene un'illuminazione, una frase: *Girls can do anything*, le ragazze possono fare tutto. La mettiamo su una maglietta e boom! Va così: lavori sodo per mesi e poi all'ultimo minuto salta fuori una

**Andiamo per ordine. La maglietta arriva nei negozi lo scorso inverno, nel pieno del caso Weinstein e con l'attenzione puntata sui nuovi movimenti femministi di Time's Up e Mee Too.**

«Esatto e io, senza l'intenzione di fare politica, mi sono ritrovata a parlare a conferenze davanti a donne straordinarie, a far parte di qualcosa di molto più grande. E non posso che esserne orgogliosa».

**Qual era l'intenzione iniziale?**

«Sono una persona positiva, il brand parla alle donne da sempre, facciamo vestiti che semplificano la vita attiva. Siamo rock ma mai dark. Non era il primo slogan, ne abbiamo altri sui nostri capi che parlano di pace e amore. Insomma, ci piace mandare messaggi di speranza. Con *Girls can do anything* volevamo solo ricordare alle ragazze di credere in loro stesse».

**E lei, come donna, che cosa è riuscita a fare?**

«Sono riuscita a credere in me stessa. Ho avuto un'infanzia bellissima in Svezia, con genitori amorevoli che mi hanno insegnato valori e rispetto e imposto tante

«IL MESSAGGIO È SEMPLICE: SII TE STESSA, FA' QUELLO CHE TI PIACE E TUTTO SARÀ PIÙ FACILE»

regole. Non mi hanno mai fatto pressioni, ma nemmeno un complimento. Diciamo che ho avuto qualche difficoltà a trovare il mio posto nel mondo e una volta finita l'università non sapevo che fare. Poi, a 33 anni ho deciso – rischiando – di prendere in mano un marchio di moda senza aver fatto gli studi adeguati. Sono uscita dalla mia comfort zone e ce l'ho fatta. Lavorare sodo è la chiave, la risposta. Ieri come oggi».

#### E nel frattempo ha avuto tre figli.

«Siamo donne, non possiamo esimerci dall'essere multitasking: lavoriamo full time, ci prendiamo cura di noi stesse senza dimenticare il nostro partner. Facciamo i compiti con i figli, prepariamo la cena e intanto controlliamo le mail. Non ci fermiamo mai. Non riusciamo a fare tutto, ovvio, ma le aspettative nei nostri confronti sono sempre grandi».

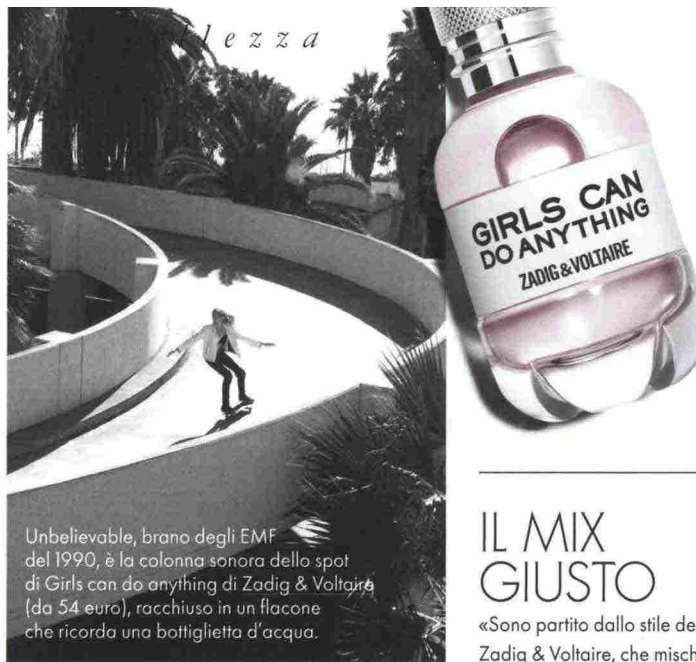
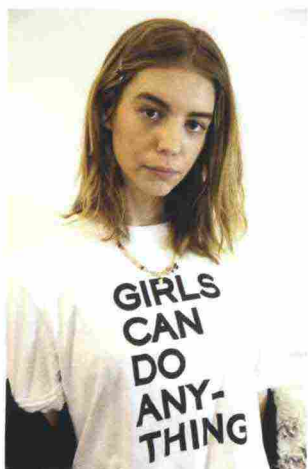
#### Girls can do anything ora è anche un profumo. A chi è dedicato?

«Ho immaginato la figlia diciottenne del mio compagno ma anche noi donne lavoratrici. La visione del progetto è molto chiara e ben raccontata nello spot della fragranza con le ragazze che vanno sullo skate, ballano e fanno pugilato, se ne fregano delle convenzioni. Il messaggio è semplice: sii te stessa, fa' quello che ti piace, *take it easy* e la vita sarà più facile. Noi ragazze possiamo davvero fare tutto e anche godercela, nonostante le responsabilità».

#### E lei come si gode la vita?

«Prendo lezione di danza due volte a settimana, la mattina, prima di andare in ufficio. È un corso di *body barre*. Mentre sono lì a

La maglietta-manifesto creata per la sfilata autunno-inverno 2017. Oggi è un cult di Zadig & Voltaire, disponibile con scritta verde.



Unbelievable, brano degli EMF del 1990, è la colonna sonora dello spot di Girls can do anything di Zadig & Voltaire (da 54 euro), racchiuso in un flacone che ricorda una bottiglietta d'acqua.

## IL MIX GIUSTO

«Sono partito dallo stile della moda Zadig & Voltaire, che meschia pezzi femminili e maschili», dice Quentin

Bisch, il giovane naso che ha creato la fragranza Girls can do anything. «Così ho rivisitato la struttura di un fougère, classico della profumeria pour homme, mantenendo la partenza fresca e la persistenza cocoon. Rosa e pera hanno preso il posto del geranio, mentre la sensazione di comfort è data da fava tonka, vaniglia e legno di sandalo». Una composizione che per Bisch rappresenta anche il sogno che si avvera: «A dieci anni sono rimasto folgorato dal profumo della mia maestra. Così andai in profumeria e annusai tutte le bottiglie esposte per capire quale fosse il suo. Lo trovai, era Opium di Yves Saint Laurent. Lì ho capito che volevo fare profumi. Da grande ho avuto qualche difficoltà con gli studi, ho scelto teatro ma non era la mia strada. Ho rimediato in extremis prendendo l'ultimo treno. Anche i ragazzi possono fare tutto».

sudare di certo non penso alle mail o agli impegni. Ecco, quello è un momento di grande valore per me. E poi cerco di vedere le amiche. A un certo punto della vita, con il lavoro e la famiglia, ci si dimentica che siamo state ragazze. E che lo siamo ancora. Passare del tempo tra di noi ci riconnette con la nostra parte più vera. Non servono né antidepressivi né meditazione quando impari a goderti il momento».

#### Il suo studio è pieno di meraviglie. Anche la bellezza aiuta a stare meglio?

«Questi oggetti mi servono per stare concentrata, di solito occorrono quattro mesi per finire una collezione e, per evitare distrazioni dal tema iniziale, ho bisogno di avere sotto gli occhi cose vecchie e nuove. Sono come "figli" che voglio accanto a me. Vivo in un disordine creativo».

#### Invece il profumo a che cosa serve?

«È l'ultimo tocco che parla di noi, è immateriale eppure fortissimo. E questa volta porta con sé un messaggio: è un *doudou* da tenere in borsa per sentirsi forti».

Michela Motta