



Simone Ferraro, co-founder di A Better Mistake MATIA GIORDANO

STORIE

Se un pantalone nero funziona bene, perché disegnarne un altro?

Storia di A Better Mistake, un brand che vive a Milano con il cuore in rave a Berlino. E che ci porta a riflettere sul consumo di moda

DI GIULIA DI GIAMBERARDINO
18 dicembre 2022

Un rapper in un abito sartoriale, un pianista classico in tracksuit. Nel mondo *A Better Mistake*, l'energia del divenire nella contaminazione. Al centro le persone e una riflessione sul consumo di moda.

Sul vocabolario sotto la parola *spazio* ci sono circa venticinque definizioni. Quello in via Fusetti, sui Navigli, potrebbe essere una stratificazione di quei significati. Nella musica, in anatomia, nella linguistica, in architettura, nell'astronomia, in matematica, nella tipografia, nell'urbanistica o nella storia, concetti che potrebbero convergere in A Better Mistake. Perché quello spazio lì è lo specchio di una realtà fondata da Simone e Marco che appartiene a chi la vive. È uno studio ma, in fondo, è una casa ed è troppe cose insieme per essere ridotto a una superficie con delle pareti. Per questo e molto altro, in una sorta di narrazione capovolta, inizieri dal punto di arrivo.



A Better Mistake primavera estate 2023 ©Spyros Rennit

ARTICOLI PIÙ LETTI



FASHION

Leggings e stivaletti: come indossare la combo comfy chic dell'autunno in 6 idee di stile

DI RENATA JOFFRE



BEAUTY

Come truccare gli occhi marroni per esaltarli al massimo in 10 idee make up approvate dalle star

DI BEATRICE ZOCCHI



BEAUTY

Il caschetto senza riga di Naomi Campbell, scomposto e chic, è il taglio più cool all'autunno

DI HANNAH COATES

«Se un pantalone nero funziona bene, perché disegnarne un altro? Non sono solo i clienti ad essere sommersi di vestiti, sono anche i brand e se la nostra forse è una visione anti business massivo, crediamo che la coerenza abbia un valore» mi ha detto Simone Ferraro, direttore creativo e co-fondatore insieme a Marco Agnolin. Il "Box of Mistakes", una capsula nell'headquarter pensata come uno studio di registrazione e utilizzata anche come showroom, è una sorta di oblò che consente di osservare un divenire dall'interno come se si fosse all'esterno. In una dimensione insonorizzata, con le pareti trasparenti, i concetti sembravano amplificati. I tessuti deadstock recuperati e le produzioni limitate come scelta e come conseguenza, il made in Italy, i bulloni riutilizzati e le perle, la modularità e il seasonless, la fluidità e la sostenibilità, la brutalità come istinto, la creatività come vocazione. Pensano capi che non scadano, in grado di sopravvivere alle tendenze, in un concetto di stagionalità slegato dalle classiche dinamiche del mercato, non nel senso che non esistono collezioni primavera estate o autunno inverno, ma non c'è una divisione netta tra una stagione e l'altra. Esposti ci sono pezzi creati due anni fa che dialogano perfettamente con gli ultimi lanci e che, occupando quel posto, stimolano una riflessione sul consumo di moda. Non esiste una collezione uomo o una collezione donna, perché quando certe decisioni sono vocazioni non esistono barriere. «Non facciamo vestiti, quantomeno non nel senso letterale del termine, perché non ci si veste per coprirsi ma per raccontarsi. Vogliamo che i nostri clienti riflettano e si pongano delle domande sulle idee su cui noi, attraverso la moda, accendiamo i riflettori» ha continuato Simone.



A Better Mistake primavera estate 2023



A Better Mistake primavera estate 2023

«Camille, Ines, Giovanni, Matteo, Ludovica, Britt, Alessandro, Mattia, Armando e Ludmille: costruire questo team è stato come consolidare dei concetti in una visione condivisa. Quando si crea un brand, pensare ad un nome è forse una delle parti più complesse. Il design nel tempo può evolversi, il nome resta anche se tutto cambia. Nel processo creativo c'è una fase che mi piace definire "in the zone": essere "in the zone" vuol dire liberarsi della preoccupazione del risultato, svincolarsi dalla paura di sbagliare e godersi il momento. Si esprime ciò che si ha dentro ed è una sorta di orgasmo artistico. A Better Mistake nasce così, come una celebrazione della creatività». Raccontano le loro curiosità, i loro interessi, la passione per la musica (i dj set nel "Box of Mistakes" sono una costante) trasformando la narrazione in un approccio al design, risultante della somma vettoriale di erosioni ed inflessioni infinite.



A Better Mistake primavera estate 2023

Lui e Marco - oggi CEO del brand - si sono conosciuti in Inditex, rispettivamente direttore commerciale dell'uomo e CEO di Bershka. Simone è nato a Treviso, ha studiato architettura e industrial design, poi - senza sapere assolutamente nulla di moda - è entrato in Benetton come grafico. Dopo anni si è trasferito in Spagna ed ha iniziato a coltivare una visione creativa poliedrica che oltrepassava i confini del suo lavoro. Hanno capito che nell'approccio di un grande gruppo non si riconoscevano più e da una telefonata a 3000 metri di altitudine, su un ghiacciaio in Canada è nato A Better Mistake, fondato nel 2020 ma pensato nel 2030.

«Questo è un business ma dovremmo sdoganare l'idea che il business non possa convivere con la libertà creativa. Il nostro è un business plan "disruptive", rispetto al solito, ma è un progetto a lungo termine, una visione sociale e culturale».

VOGUE



SCOPRI LE ULTIME NOTIZIE

MODA

BELLEZZA

ATTUALITÀ

LIFESTYLE

SFILATE

PHOTOVOGUE

VOGUE SHOP

VIDEO

NEWS

OROSCOPO

PHOTOGRAPHY

CONDÉ NAST ITALIA

AD

GQ

LA CUCINA ITALIANA

VANITY FAIR

WIRED