CRIVELLI

The TSL Gazette

CRIVELLI

The Style Lift Tabloid | TEXTILE MAG | Febbraio 2026 | N° 029

EVOCAZIONI POP



Cola' POP, acquerello di Silvio Mengotto in esclusiva per The TSL Gazette

Il Mondo A Colori

"... sediamo davanti al televisore e beviamo la Coca-Cola, sapendo che il Presidente beve Coca-Cola. Liz Taylor beve Coca-Cola: perciò pensiamo che anche noi possiamo bere Coca-Cola". (Andy Warhol)

GRANDI NOMI

DOVE ANDRÀ CHANEL?



© CHANEL

Con l'arrivo di Matthieu Blazy negli storici atelier parigini di Rue Cambon, è partito il nuovo corso di uno dei più storici nomi della moda francese.

PAGINA 4

STUDIO 54



Outfit: Achille Pinto

Tessuti e filati interpretano una vitalità esibizionista e trasgressiva ispirata alla corrente artistica POP e alla DISCO di quei roboanti, mitici anni.

DA PAGINA 11

THE POSTER



Art, textile & industrial design.
Consulting - Perspective - Product

PAGINE CENTRALI

THE
PROTAGONISTS



Julieta Rueda Mendoza (Jules per gli amici) - Fashion Buyer

MESSICO, AROMA LIMONE AVAMPOSTO DELLA MODA E DEL LIFESTYLE MADE IN ITALY

DI MARCO POLI

La visita di Julieta Rueda Mendoza presso l'archivio tessile The Style Lift è stata l'occasione per un interessante confronto, che qui riportiamo.

Julieta, la tua Showroom-Boutique a San Luis in Messico si chiama AROMA LIMONE. Perché questo nome "italiano"?
Questa è una bella storia. Oltre all'attività nella moda, io sono insegnante di italiano e un'interprete, in Messico. Spesso devo spiegare ai miei studenti la parola "aRoma" che in messicano si pronuncia "Rroma", come la vostra capitale. E poi, uno dei miei hobby è quello di fare il Limoncello - mi piace molto - uno dei liquori simbolo dell'Italia e della Costiera Amalfitana. Per questo ho scelto questo nome.

Ma il Limoncello, lo fai con limoni italiani?
Arrivano dagli Stati Uniti, però ti assicuro che sono "quasi" come i vostri limoni italiani.

So che tu hai studiato disegno d'interni, quindi hai una visione estetica del Lifestyle. Questo passaggio dall'interior design alla moda è nato per una tua inclinazione personale, che hai maturato via via nel tempo?
In realtà, sì. All'inizio lavoravo come interior designer e ho capito che se tu ti trovi in un ambiente bello, ti viene voglia di viverlo e ti senti più ispirato, più vivace. Questo accade anche nel vestire, nella moda. Quando tu ti vesti bene vuoi uscire e farti vedere. Quando vedo che una persona si veste solo per coprirsi, se la osservo meglio, noto che spesso è anche un po' triste. Io sono innamorata dell'Italia e le mie vacanze spesso le ho trascorse in Italia. Ogni volta che venivo qui, compravo qualche capo per me e, quando tornavo in Messico, amiche e non solo mi dicevano: "la prossima volta che vai in Italia, comprami un capo come quello che indossi!" Allora da lì, ho pensato di affiancare alla mia attività di interior designer quella di "personal shopper".

Il Messico è un Paese di congiunzione tra due Continenti, l'America del Nord e l'America del Sud. Immagino che rappresenti anche un ponte, un insieme di culture che uniscono lo spirito più "pioneristico", del West e quello più glamour della East Coast con quello a quello più autentico della cultura messicana. Quindi, tu hai trovato una tua formula, una cifra stilistica per rappresentare un gusto che accomuni i due Continenti, oppure è una tua personale inclinazione verso un gusto che ti rappresenta e che i tuoi clienti seguono?
Direi che è la mia cifra personale, il mio gusto *(Julieta si veste molto bene! ndr.)*, è un tipo di stile che mi rappresenta e, ogni volta che incontro le mie clienti, vogliono essere vestite come me, e lo vogliono subito! *(sorride ndr.)* Si fidano molto dei miei suggerimenti. Io so già che quello che indosso, si vende! Così come abbino abiti e accessori. In realtà dal Messico un certo tipo di persone abbienti, si spostano negli Stati Uniti per fare shopping. Ti posso raccontare che all'inizio, anch'io andavo negli Stati Uniti e importavo abbigliamento. Però, quando ho cominciato a venire in Italia per le vacanze e a vestirmi in modo diverso, qui hanno notato subito il "cambio di stile". Sono ormai undici anni che importo dall'Italia abiti e accessori delle più importanti Case di moda, di brand che trovo molto sofisticati. Quando mi capita di andare negli States, non trovo più niente che mi piaccia davvero...

In effetti, penso che sino ai primi anni duemila, stilisti come Oscar della Renta, Carolina Herrera, Donna Karan, potevano essere una alternativa al nostro Prêt à Porter. Adesso effettivamente il panorama è cambiato. C'è Ralph Lauren, ma è diverso, è un Lifestyle...
Certo! È così e ti posso dire che tra questi brand, per esempio, c'è Guess. Se vai in un negozio Guess negli USA non riesci a comprare niente. Se entri nel negozio Guess a Milano, è diverso, trovi qualche outfit interessante. Le collezioni che alcuni marchi americani fanno per il mercato italiano sono diverse da quelle che trovi in America. Sono comunque più vicine al mio gusto.
Da noi è tutto molto diverso. Io faccio qui a Milano e a Roma la mia "selezione", ogni due mesi.

Dal punto di vista della stagione, in Messico, vendi meglio la Primavera-Estate o l'Autunno-Inverno? Forse la Cruise?
Non abbiamo tanto la cultura di queste vacanze come avete qui in Europa, la crociera ai Caraibi, le vacanze esotiche anche d'inverno... ti posso dire che vendo molto meglio le Collezioni Autunno-Inverno: i capispalla, anche se in Messico non fa mai molto freddo, scelgo capi pregiati e non pesantissimi.

In America non c'è molta sensibilità verso la sostenibilità, come qui in Italia. Per noi la sostenibilità oggi non è più un'opzione. Alla fine dello scorso anno in Brasile si è tenuta la Conferenza sul Clima e sono arrivati rappresentanti di Paesi da tutto il mondo, credo quindi che anche dall'altra parte dell'Oceano ci sia ormai una certa consapevolezza da parte dell'opinione pubblica. Immagino che tu ti rivolga ad una classe sociale colta e aggiornata, esigente.
Nelle scelte che tu fai, nelle tue proposte ci sono per lo più fibre e tessuti naturali che tengono conto anche della tracciabilità di ogni componente? Le tue clienti sono attente a questa tematica? Oppure sei tu che le "educhi", motivando la scelta di fibre naturali?
Penso che, in generale, le mie clienti sono ancora legate al fattore estetico, glamour, senza chiedersi da dove vengano tessuti e materiali. Abbiamo una cultura superficiale sulla sostenibilità e questo si vede ogni giorno, anche per la raccolta dei rifiuti, non differenziata. Comunque, quando spiego loro la bellezza di una fibra naturale, rimangono affascinate, e sono sempre più consapevoli del valore di un capo.
Rimangono tuttavia principalmente attratte dallo stile, dal design, dai colori.

La tua città, San Luis, dove si trova?
Nel deserto! È bellissimo...
Vai in autostrada e percorri chilometri e chilometri nel deserto.

Perché hai pensato a una showroom e non a una boutique?
Penso che una showroom sia più "casa", è più esclusivo potervi accedere. Le clienti, che vengono su appuntamento, si sentono più curate che non in un negozio. Funziona molto il passaparola.
Inoltre, la showroom può essere anche itinerante e raggiungere le clienti in altre città come San Miguel de Allende, Querétaro, Leòn..



Un'immagine di San Luis, Messico



Julieta Rueda Mendoza

Quali sono le occasioni di socialità a San Luis: party, cocktail?
In Messico piace molto andare a qualche cocktail party e soprattutto piacciono i brunch, non soltanto nel fine settimana. Il Brunch lo facciamo dalle 10:30 del mattino sino alle 2:00 del pomeriggio.

E poi, siesta?
Julieta ride (ndr.): "poi non c'è tempo per la siesta...!" Abbiamo orari un po' iberici, ceniamo piuttosto tardi, la sera. È tutto spostato un po' in avanti rispetto all'Europa. Quando rientro a San Luis da un viaggio in Italia, organizzo un cocktail per le clienti con alcune specialità gastronomiche italiane. Molto apprezzate. E in quell'occasione, le clienti provano e indossano i capi che ho portato dall'Italia, improvvisano mini-sfilate... cerco di comprare taglie uniche, la fisicità delle donne messicane è sempre una taglia in più. Ad esempio, io in Messico sono una S e in Italia, una M. In Messico si trovano ovviamente marchi di moda blasonati, Prada, Gucci, ecc.... ma, le mie clienti preferiscono indossare capi scelti da me, di brand italiani non omologati, da indossare anche ogni giorno, giacche, tailleur, abiti... Vengono da me sia donne professioniste, sia ragazze. Alle giovani propongo anche capi in denim o sportivi, ovviamente, e sempre di ottima qualità.

@ aroma_limone_