



LEONARDOVALENTINI

COMUNICATO STAMPA / ITA

GITANLEMOUR

ARTIGLI D'ANGELO

GITANLEMOUR è la seconda collezione seasonless e genderless di **LEONARDOVALENTINI** per l'anno 2023/2024. Da *Gitani-Leonardo-Glamour*, il nome è sintesi della collezione, che ha alla sua base una narrazione del designer estremamente soggettiva e viscerale.

La collezione parte dall'idea di decontestualizzare un oggetto fino a coronarlo arte: l'opera di *Marcel Duchamp* ed i suoi Ready-Made privati dalle loro funzionalità originali funge da miccia accendendo una narrazione che esplora una realtà alterata, distorta, fatta di oggetti inusuali, e piena di significato soggettivo.

Un universo upside-down che fa evolvere il racconto nel mondo di *Alice nel Paese delle Meraviglie*, riflettendo sul simbolismo della Regina, che nella lettura dei *tarocchi* rappresenta amore e gentilezza, come nei Cupido logo del brand.

Gli stessi tarocchi verranno letti, in chiave molto più pop, all'interno del video musicale "*Ain't It Funny*" di *Jennifer Lopez*, dove il futuro della cantante verrà rivelato dalla lettura delle carte di una gitana ed il color seppia adoperato ispira la campagna pubblicitaria.

Il frutto di questo racconto viene elaborato stilisticamente all'interno di *Gitanlemour*, che prende ispirazione dall'estetica gitana e le suggestioni del mondo dei tarocchi, declinati attraverso trame, tessuti, stampe animalier come la "*Angelic Zebra*" dei top in mesh, fino ad arrivare a ricamare fisicamente dei tarocchi dorati su strutturate giacche di pelle.

L'utilizzo di pellami esotici e pregiati come il pitone colloca il brand nell'high-end con giacche, bomber, pantaloni e chaps, ricamati e impreziositi da Swarovski. Gli scarti di produzione dell'apparel vengono impiegati nella produzione di *accessori in pelle* come choker, bracciali e harness.

La collezione viene completata da *bijoux* in metallerie gioiello prettamente gold che richiamano l'elemento del Cupido e da una selezione di *underwear* con cut-out ed impreziositi da ricami in perline.

Alcuni pezzi, riconoscibili dal colore rosso lacca con annessa etichetta "*HIV Support Project*" segnalano che parte del ricavato verrà devoluto ad associazioni a supporto della ricerca per l'HIV.

GITANLEMOUR è il risultato finale di una narrazione articolata e complessa di Leonardo Valentini che si sviluppa fra sexy e glamour, in un prodotto high-end pieno di carattere e personalità.

THE DESIGNER

Leonardo Valentini, founder dell'omonimo brand **LEONARDOVALENTINI**, nasce a Roma e fa dell'educazione il perno centrale della sua formazione. Ritiene che solo in questo modo *si ha la libertà di poter trasgredire in modo consapevole*.

Laureato in moda e con un master conseguito presso l'istituto Polimoda di Firenze, lancia il brand **LEONARDOVALENTINI** nel 2021 con la collezione "*Eroticangelo*", un progetto estetico e viscerale, che inaugura un percorso passionale di sperimentazione in continua mutazione.

MAXIMILIAN LINZ
Via Luigi Anelli 2, Milano
press@maximilianlinz.com
+39 02 89420673



LEONARDOVALENTINI

PRESS RELEASE / ENG

GITANLEMOUR

ARTIGLI D'ANGELO

GITANLEMOUR is the second seasonless and genderless collection of **LEONARDOVALENTINI** for the year 2023/2024. As per *Gitan-Leonardo-Glamour*, the name is the synthesis of the collection, which has at its base an extremely subjective and visceral narrative of the designer.

The collection idea starts with the decontextualization of an object until crowning it art: the work of *Marcel Duchamp* and his Ready-Mades deprived of their original functionality starts the engines of a narrative that explores an altered and distorted reality, made of unusual objects, and full of subjective meaning.

An upside-down universe that moves the story into the world of *Alice in Wonderland*, reflecting on the symbolism of the Queen, that in *tarot reading* represents love and kindness, as in the brand's Cupid logo.

The same tarot cards will be read in the pop context of Jennifer Lopez's "*Ain't It Funny*" music video, where the singer's future will be revealed by the tarot reading of a gypsy and the sepia color inspires the campaign.

The story develops in the stylistical elaboration of **GITANLEMOUR**, which takes inspiration from gypsy aesthetics and suggestions from the world of tarot, declined through textures, fabrics, animal prints such as the "*Angelic Zebra*" of mesh tops, all the way to physically embroidering golden tarot cards on structured leather jackets.

The use of exotic and fine leathers such as python places the brand in a high-end luxury with jackets, bombers, pants and chaps, embroidered and embellished with Swarovski. The production waste from apparel is used to produce *small leather accessories* such as chokers, bracelets and harnesses.

The collection is completed by *jewellery* characterized by detailed gold metallics inspired by Cupid, and a selection of underwear with cut-outs and bead-embroidery.

Some pieces present a bright red color and an attached "*HIV Support Project*" label, claiming that part of the proceeds will be donated to HIV Research Associations.

GITANLEMOUR is the end result of an articulate and complex narrative by Leonardo Valentini that develops between sexy and glamour, in a high-end product full of character and personality.

THE DESIGNER

Leonardo Valentini, founder of the eponymous brand **LEONARDOVALENTINI**, was born in Rome and makes education the pivot of his training. He believes that only in this way there's *the liberty to consciously transgress*. With a degree in fashion and a master's degree from the Polimoda institute in Florence, he launched the brand **LEONARDOVALENTINI** in 2021 with the "*Eroticangelo*" collection, an aesthetic and visceral project that inaugurated a passionate path of ever-changing experimentation.

MAXIMILIAN LINZ
Via Luigi Anelli 2, Milano
press@maximilianlinz.com
+39 02 89420673