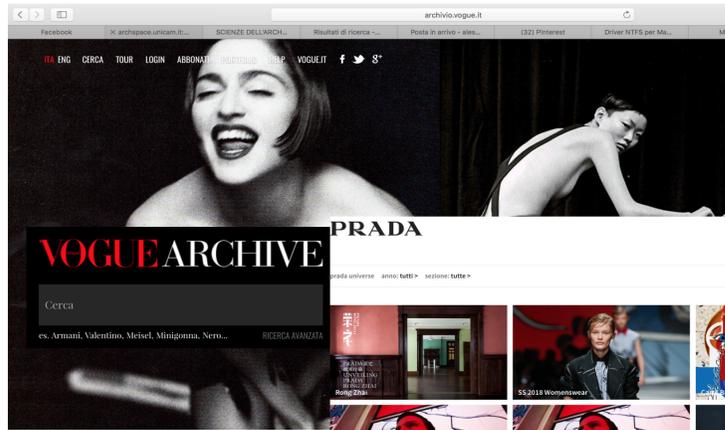


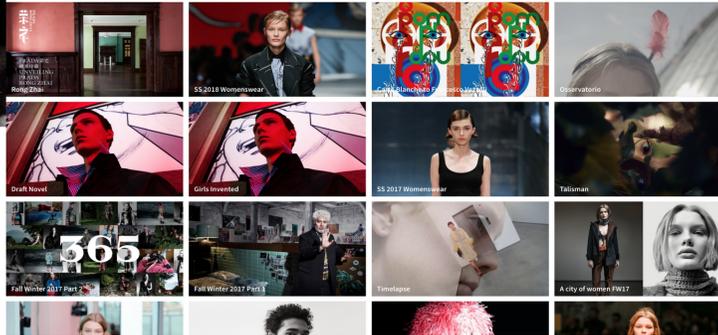
# STEFANO RICCI THE MAN OF LUXURY

## Archivi storici\_digitali

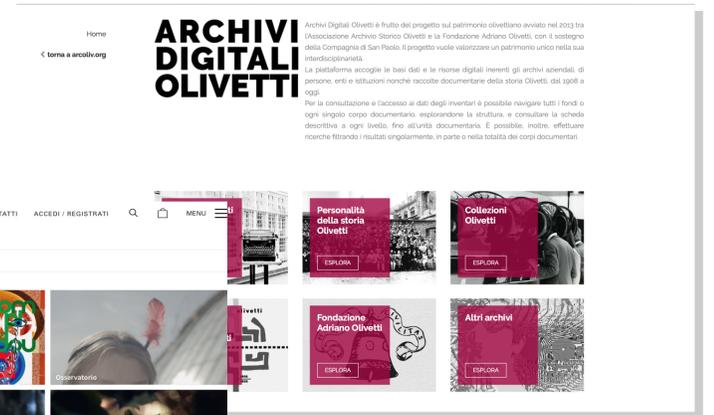
Negli ultimi anni è stata promossa da molte aziende italiane l'attività di divulgazione del patrimonio storico attraverso la sua digitalizzazione e la resa online. Ciò incentiva la riconoscibilità dell'identità aziendale, la fruizione del materiale e la successiva divulgazione.



#01 Vogue Archive



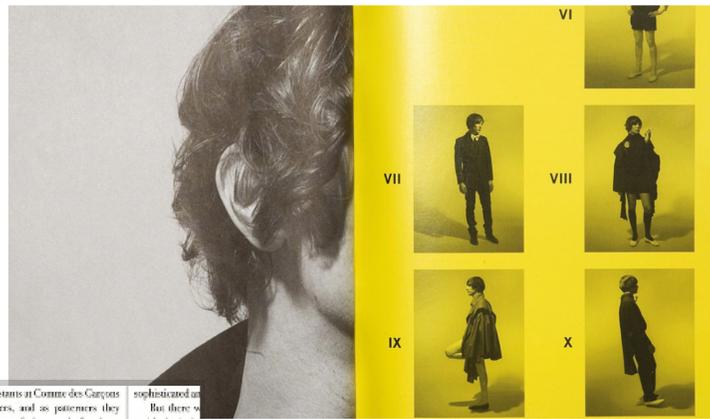
#02 Prada Universe



#03 Archivio Olivetti



#01 Prada 2X4



#03 O'F'F'J'O'F'F, Julia Born



#02 ABC Comme des Garçon

## Monografie

Molte aziende del settore utilizzano le monografie per riassumere il lavoro svolto, rivelando gli aspetti sperimentali, spesso rivoluzionari, della loro visione., come nel caso di Prada per il testo 2x4 , ABC Comme des Garçon e O'F'F'J'O'F'F di Julia Born.

### ISPIRAZIONE

per le nuove creazioni e i processi produttivi

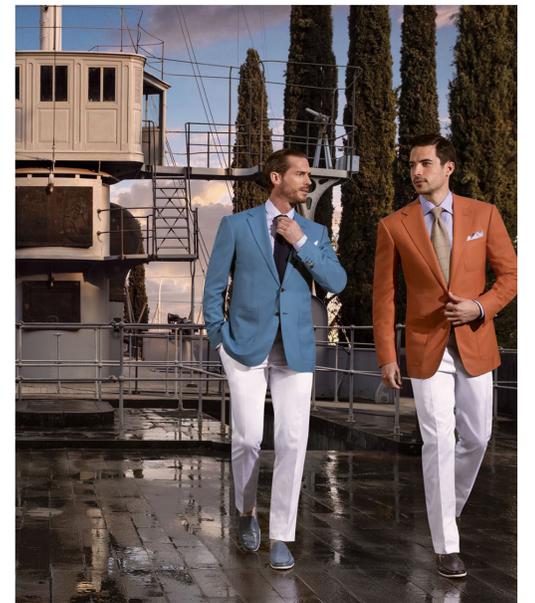
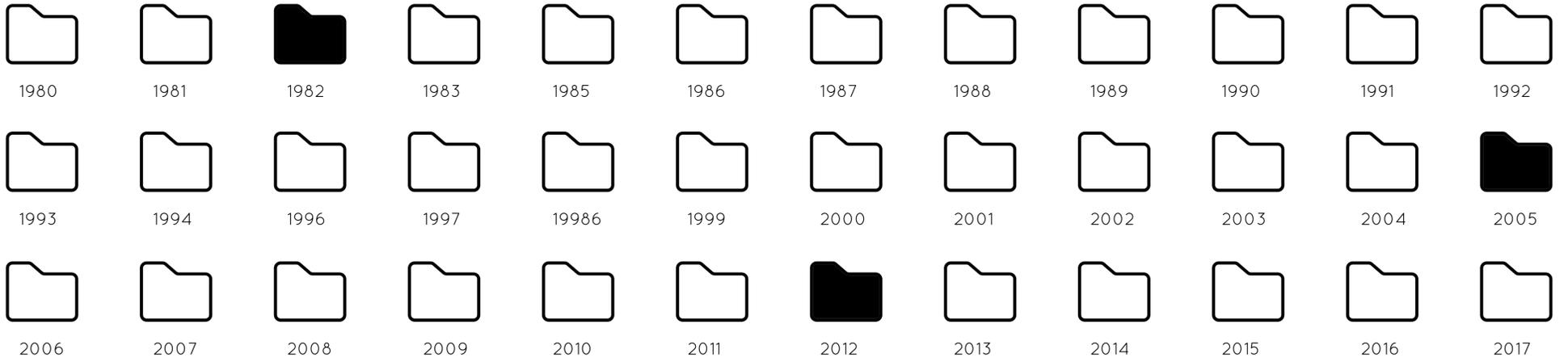
### CREAZIONE

di una forte connessione tra passato e presente

### DIVULGAZIONE

Preservare e valorizzare il patrimonio della moda

Struttura Archivio



#01 Archivio stampa

#01 Archivio stampa



#02 Archivio stampa



#02 Archivio stampa

# STEFANO RICCI

## THE MAN OF LUXURY

Judson Bold  
Corpo 30 pt  
Interlinea 24,5 pt

Judson Medium  
Corpo 12 pt  
Interlinea 12 pt

Quicksand Medium  
Corpo 8  
Interlinea pt.

#01 Archivio Pattern  
1982.01.01

### L'amore per Firenze

Innamorato e debitore della sua città, Firenze, Ricci in occasione del Pitti Donna 82 restaura l'antica serra del Giardino dell'Orti-cultura, che diventerà la location per far sfilare i suoi centodieci capi della collezione donna dello stesso anno.

Da sempre presenza fissa durante la rassegna Pitti Uomo e per circa tre anni anche per il Pitti Donna, vive le forte tensioni del clima modaiolo fiorentino, minacciato dalla grande possibilità di spostamento della capitale della moda a Milano. Schieratosi contro la politica locale, poco attenta ad incentivare il ritorno dei clienti in occasione della mostra di settore, Ricci ed altri operatori continuano a promuovere la manifestazione fiorentina.

Intanto, a Milano, il clima risulta essere molto entatico, i giornalisti vengono accolti dalla città e mai lasciati soli, ciò che a Firenze non accade assolutamente. Alla base della produzione di Ricci c'è un lavoro di ricerca dell'immagine, degli equilibri, dei dettagli, della qualità dei tessuti, della presentazione che arrivano a definire il suo prodotto curato e ben eseguito; a partire dalla scelta dei tessuti, agli abbinamenti di colore, alla scelta dei pattern, sempre diversi ogni stagione. Le sue camicie sono in seta pura o in crepe di chine, coordinati nei disegni, nei colori e nei piccoli dettagli che si ripetono nel collo e nei polsi fino a formare un tutt'uno con la camicia.

Nel 1982 la vecchia casa scozzese Ballantyne (famosa per la produzione di cachemire) gli cede metà della sua gloriosa etichetta per disegnare una collezione esclusiva di morbide cravatte. I laboratori della Stefano Ricci risultano essere modernissimi e all'avanguardia ma l'azienda ama ancora definirsi artigiana e non industriale. Nel 1983 la firma Stefano Ricci entra nella boutique di Bijan (il negozio più esclusivo del mondo dove per entrare occorre a vere un appuntamento).



#15 Men's Bazaar  
1982.01.01



#14 Symbol  
1982.01.01

STEFANO RICCI  
ZIELVINO RICCI

Struttura

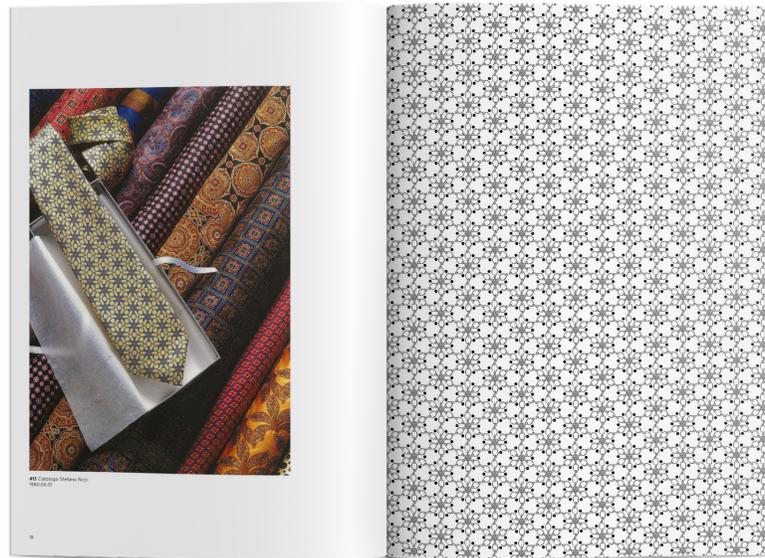
Archivio stampa

Pattern

Schede interviste



#17 Pitti Uomo  
1982.01.01



#11 Cottage Stefano Ricci  
1982.01.01



Studentessa: Alessia Tarda  
Sessione di laurea: 26 Ottobre 2017  
Titolo: Ri-creazione e digitalizzazione dell'archivio storico aziendale Stefano Ricci

Relatore: Carlo Vinti  
Correlatrice: Marta Magagnini  
Tav. 3