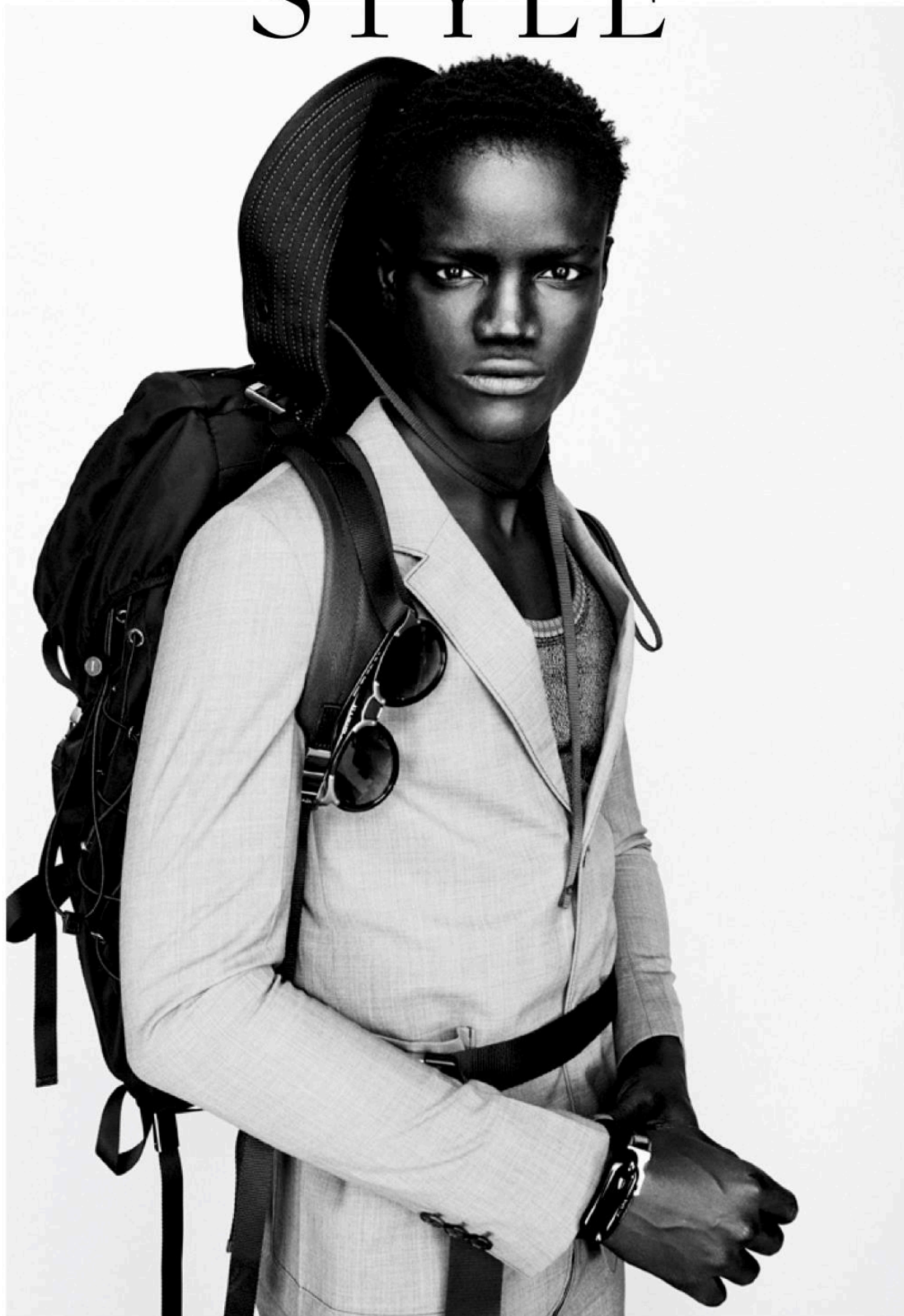


# WITH STYLE



/THE GREAT RETURN OF TAILOR-MADE  
/WRÁD: RESPECTFUL FASHION  
/ARIADNA ROMERO FASHION ON SET  
/2 CELLOS  
/FROM MONTE CARLO TO MONTE CARLO  
/NEXT STOP: WELLNESS & SPA

MONTHLY  
ISSUE 1  
YEAR I  
FEBRUARY 2017

3.90 €



# WRÅD

**Un'attitudine  
prima di un prodotto**

*An attitude more  
than a product*



**Catalizzare il cambiamento positivo creando beni dalla forte identità etica e ambientale. Nasce WRÅD living, ne parliamo con Matteo Ward Fortuna, AD e co-founder**

*Catalysing positive change by creating goods with a strong ethical and environmental identity.*

*WRÅD living is born. We spoke with Matteo Ward Fortuna, CEO and co-founder*

testo di / text by Mara Cavedon  
foto di / photo by Victor Santiago



**Matteo, ci racconti la tua storia?**

Sono entrato in Abercrombie & Fitch nel 2009, dopo un anno trascorso alla Yonsei University di Seoul. All'epoca l'unico punto vendita al di fuori degli USA si trovava a Londra. Ed è lì che sono stato formato per poi aprire il primo flagship italiano a Milano e in seguito mi sono occupato delle aperture in Germania, dove divento Sr. Manager nel 2012 e l'anno dopo co-amministratore del Diversity and Inclusion Council. Lavorare da Abercrombie mi ha insegnato tanto, tutto. Un lavoro totalizzante che mi ha fatto capire il vero significato del lifestyle brand e del suo peso. In quel periodo però ho preso gradualmente anche coscienza dell'impatto negativo che il sistema moda ha nei confronti dell'ambiente e nel sociale, così decisi di licenziarmi, per dedicarmi full time al mio nuovo progetto, WRÅD.

**Chi sono gli altri in squadra con te?**

Victor Santiago, fotografo di moda, a lui nel 2014 ho confidato per primo il mio 'sogno', WRÅD per l'appunto. C'è Silvia Giovannardi, designer e artista. Silvia lavorava da Etro come responsabile della linea uomo, durante una cena abbiamo scoperto

**Matteo, could you tell us your story?**

I entered Abercrombie & Fitch in 2009, after a year spent at Yonsei University in Seoul. At that time, the only store outside the US was in London. That is where I was trained to subsequently open the first Italian flagship store, in Milan, before going on to oversee openings in Germany, where I became Senior Manager in 2012, before being appointed Co-administrator of the Diversity and Inclusion Council the following year. Working at Abercrombie taught me so much; everything. As an all-encompassing job, it made me realise the true meaning of the lifestyle brand and its weight. Throughout that time, however, I also gradually became aware of the negative impact that the fashion industry has in terms of the environment and social issues. Thus, I decided to resign and devote myself full-time to my new project, WRÅD.

**Who are the others in the team with you?**

Fashion photographer Victor Santiago, to whom I confided my 'dream' in 2014, being precisely WRÅD. There is Silvia Giovannardi, designer and artist. Silvia worked for Etro as head of the menswear line. At a dinner, we discovered an absolute shar-

un'assoluta condivisione di valori. Il passo successivo è stato breve, Silvia ha dato le dimissioni per contribuire alla realizzazione di WRÅD, seguendo lo sviluppo di abiti da indossare conformi a dei valori ben precisi, beni quindi che nascono in funzione del messaggio e del loro obiettivo e non viceversa. E poi Susanna Martucci che con Alisea si occupa di economia circolare.

**Perché hai sentito questa esigenza etica così impellente? In fin dei conti hai sostenuto il fashion system fino a poco tempo fa e poi una certa mattina cosa è successo?**

È stato un processo graduale, mio padre si trovava in Bangladesh quando crollò il Rana Plaza nel 2013, uccidendo 1.133 persone e lasciandone 2.500 ferite. Ricordo che lo chiamai più volte per capire cosa fosse successo e quale fosse stata la causa di quel disastro e lui mi fece capire che non fu solo un disgraziato evento... Quel fatto coincise con i giorni in cui venni nominato co-amministratore del Diversity and Inclusion Council di A&F, organo mirato a formulare strategie di valorizzazione e inclusione della diversità delle nostre risorse umane di tutti i punti retail nel mondo. Una serie di circostanze esterne e interne mi hanno indotto a scoprire un dato inquietante: ciò che compriamo e indossiamo tutti i giorni è prodotto dalla seconda industria più inquinante al mondo. Consapevole di quello che consideravo il mio scopo nella vita - concorrere a catalizzare cambiamento positivo - ho iniziato a pormi delle domande. Le risposte mi portano tutte alla medesima conclusione: cambiare lo status quo.

**Quindi l'etica come un movimento catalizzatore, un comportamento prima ancora di un prodotto...**

Chi vuole fare impresa oggi inventandosi un prodotto e mettendolo in commercio, ha già fallito ancor prima di entrare nel mercato: oggi bisogna avere una missione che va al di là dello strumento con cui poi si darà una forma alla propria idea. WRÅD è un modo di essere, o meglio un nuovo modello di approccio al business che vuole dare una risposta del tutto personale alla domanda: è possibile fare una 'moda' che sia rispettosa di tutti gli attori coinvolti nel processo?

**Ma la vostra è una ribellione o un'emancipazione?**

C'è un po' dell'una e dell'altra. Voglia e necessità di emancipazione da tutta una serie di concezioni sociali, culturali e di usanze inutili che ci costringono in schemi che di fatto hanno portato il mondo ad essere peggiore da ogni punto di vista. Da qui parte la nostra volontà di ribellarsi in modo costruttivo. Anche semplicemente chiedersi "Who Made My Clothes?", da dove provengano esattamente i capi che s'indossano, significa cercare una rottura con un presente e costituisce un atto di ribellione positiva.

**È corretto affermare che la Generazione Z e i Millennials sono più inclini ad avere un comportamento etico?**

Hai fatto centro! Stiamo parlando dei Millennials e la crescente Generazione Z (i nati dal 2000 in poi, ndr), ovvero del mercato del presente e del futuro, il 75% dei quali crede che un'impresa abbia motivo di esistere solo in funzione del suo contributo sociale e ambientale. Molto semplicemente nessuno ha bisogno di 'cose' in più, a meno che non si tratti davvero di rivoluzioni di contenuto. Siamo sempre più connessi ma sempre più soli, eppure nulla è più forte della volontà condivisa delle persone animata da una stessa causa.



ing of values. The next step was swift. Silvia resigned so as to contribute to the creation of WRÅD, following the development of garments to wear in conformity with the well-defined values, goods thus that arise in accordance with the message and their objective, and not vice versa. Then there is Susanna Martucci who, together with Alisea, works in circular economy.

**Why did you feel this ethical need was so compelling? At the end of the day, you supported the fashion system until recently and then one particularly morning, what happened?**

It was a gradual process. My father was in Bangladesh in 2013 when the Rana Plaza collapsed, killing 1,133 people and leaving 2,500 injured. I remember calling him several times to understand what had happened and to discover what had been the cause of that disaster. He had me understand that it was not just an unfortunate event. This occurrence coincided with the days in which I was appointed Co-administrator of the Diversity and Inclusion Council of A&F, a body aimed to formulate strategies of enhancement and inclusion in the diversity of our human resources for all the retail outlets around the world. A series of external and internal circumstances led me to discover a disturbing fact: what we buy and wear daily is produced by the second most polluting industry in the world. Conscious of what I considered my purpose in life - to contribute to catalysing positive change - I started asking questions. The answers all led to the same conclusion: the need to change the status quo.

**Thus, ethics as a catalysing movement, a behaviour even before a product...**

These days, anyone wishing to start a company by inventing a product and offering it for sale has already failed even before entering the market. Today, you need to have a mission that goes beyond the instrument with which one then gives shape to their ideas. WRÅD is a way of being, or rather a new means of approaching business for those wanting to give an entirely personal response to the question: is it possible to create 'fashion' that is respectful of all players involved in the process?

**So, is yours is a rebellion or an emancipation?**

It is a bit of both. There is the desire and necessity for emancipation from a whole range of unnecessary social, cultural and customary conventions that force us into patterns that have actually led the world to be worse off in every respect. Our will to rebel in a constructive way is born from this. Even simply asking "Who made my clothes?", from where exactly do the articles one wears emanate, means seeking to break from the present and constitutes an act of rebellion.

**Is it fair to say that the Generation Z and the Millennials are more prone to ethical behaviour?**

You hit the jackpot! We are talking about Millennials and the growing Generation Z (those born from 2000 onwards - Ed.), being the current and future market, 75% of whom believe that a company's reason to exist is only in function of its social and environmental contribution. Quite simply, nobody needs more 'things', unless dealing with real revolutions of content. We are increasingly connected but increasingly lonely, yet nothing is stronger than the shared will of the people invigorated by the same cause.