

Kareem Rashed: La tua attività è estremamente variegata, spaziando dagli eventi e dai prodotti all'intrattenimento, fino ai tuoi stessi look. Quando si presenta un nuovo progetto, cosa ti fa pensare «Okay, questa è una cosa che fa per me»?

Susanne Bartsch: È una questione d'istinto. Deve soprattutto trattarsi di qualcosa di creativo: attribuisco grande importanza alla creatività. Per me, la creatività è come Dio: hai un'idea, hai qualcosa dentro di te e lo fai succedere. Quando poi accade, le persone vengono a vederlo o ne traggono ispirazione e gioia. Vedono qualcosa che hai creato e ciò provoca una risposta. Non conta veramente che la risposta sia positiva o negativa, l'importante è semplicemente creare. Quando mi viene sottoposto un progetto, ne sono attratta quando sento che sarò in grado di creare qualcosa di nuovo, di aggiungere un tocco personale.

KR: Come possiamo immaginare questo processo mentale? Per esempio, come passi dal vedere uno spazio vuoto al dire «qui farò uno spettacolo di cabaret» o «qui proporrò un'installazione artistica»?

SB: Penso all'energia, alle sensazioni che mi dà, del tipo «oh, qui puoi flirtare», o «questa cosa mi sembra fredda». Quello che faccio consiste soprattutto nell'avvicinare le persone, che è una delle mie vocazioni. Unisco la gente. Il modo in cui uno spazio funziona con le persone all'interno è molto importante perché, alla fin fine, puoi creare quanto vuoi, ma la cosa che conta veramente è la gente che arriva ed è in grado di vivere ciò che ho realizzato. Mi piace quando c'è un modo per essere interattivi, è sempre stato il mio forte: coniugare diverse culture, come le scene ballroom, drag, trans, l'arte, la moda, i quartieri alti e i quartieri bassi.

KR: E riesci a farlo in maniera innovativa con ogni evento che produci. In che modo le tue idee prendono forma?

SB: Ieri sono andata a vedere uno spazio dove, prima della pista da ballo, c'è un bel salottino. Entrando in questo salottino, ho avuto una visione di sei ragazze bionde, tutte simili, nude e con grandi bocchini per sigarette – come se gli anni Venti dovessero incontrare il 2050. Non so come mi sia arrivata questa apparizione. Lo spazio non era nemmeno arredato. Aveva questo soffitto alto, le pareti erano polverose, dipinte in color rosso scuro e ho solo pensato «Ecco cosa farei qui».

Non pianifico veramente. Di recente qualcuno mi ha detto una cosa che non avevo mai davvero realizzato: «Non capivo come lavori, ma improvvisamente mi rendo conto che tu hai una visione d'insieme ancora prima che le cose accadano». Ed è

vero. Non sono una visionaria, non so cosa succederà nella tua vita. Riesco però a vedere come un ambiente, uno stile, un evento possono prendere forma. A volte è un po' difficile perché le persone non sanno cosa ho in mente e magari non capiscono quando glielo spiego, ma va bene così. Non avrei pensato a queste sei ragazze nel salottino se non avessi visto quello spazio. Se qualcuno mi avesse detto «C'è un salottino» non mi sarebbe venuto in mente. È come se incontrassi le pareti e queste mi dicessero qualcosa.

KR: I tuoi eventi e la tua moda assumono tante sembianze diverse. Secondo te, quali sono le costanti del tuo stile?

SB: Mi piacciono le cose in grande quantità. Una delle mie fonti d'ispirazione preferite è il Carnevale di Rio per via delle migliaia e migliaia di piume turchesi. Ogni scuola ha piume dello stesso colore, a perdita d'occhio. Una scuola ha magari come colori il turchese e il giallo, così tutte le piume seguono il medesimo schema di colore. E se ti trovi sulle gradinate, le vedi arrivare a miglia di distanza, tutte queste piume dello stesso colore. Ciò mi rappresenta appieno. Come al Delano [albergo a Miami, Capodanno del 1999], dove avevano 12 alberi, come un frutteto, tutti da me decorati – da cima a fondo, sembrava surreale – con spessi festoni color argento in Mylar. Era un allestimento semplice, unicamente festoni in Mylar, ma in quantità tale da lasciare senza fiato.

KR: Ho l'impressione che sia una sorta di marchio di fabbrica di Susanne Bartsch: mettere il volume al massimo – portare le cose all'estremo oppure creare un contrasto con un altro estremo.

SB: Assolutamente, e anche, a dire il vero, per dare un tocco chic. Quello che sembra kitsch ai miei occhi per qualcun altro non lo è, ma anche chi lo ama quando vede una versione della stessa cosa fatta alla mia maniera – ossia ben fatta – avrà una reazione. Riconosceranno la differenza, anche se magari non si spingeranno a dire che «si tratta di una versione migliore di questa cosa kitsch». Sono fuori dagli schemi, mi intendo di cose che tutti conoscono, ma fatte in un modo mai visto in precedenza. Se ho ad esempio un performer di burlesque, l'aspetto cruciale non è mai il sesso. Non voglio un performer con un corpo fantastico che si limita a spogliarsi, ma uno che faccia qualcosa di inaspettato, come ad esempio disegnare con il proprio pene o fare panini con il burro d'arachidi a braccia e gambe divaricate. Si tratta di far vedere le cose alla gente da una nuova prospettiva. Prendiamo il caso di Joey Arias. Lui aveva il suo show. Gli ho detto di mettersi un vestito e di diventare Billie Holiday, e a quel punto la sua esibizione ha raggiunto livelli del tutto nuovi. Ci sono milioni di spettacoli di burlesque, ma perché il mio è popolare? Perché ho dei performer di burlesque che fanno più di quanto il pubblico si aspetti da loro.

KR: Molto di quello che fai ha a che fare con l'estetica. Credi che il buon gusto e il cattivo gusto esistano veramente?

SB: Sì e no. Quando creo uno stile, non deve essere

pacchiano – se fosse così, non mi sentirei a mio agio. Capita però di vedere qualcuno con un look talmente pacchiano ed esagerato da non risultare più brutto ma diventare attraente. L'importante è andare fino in fondo. L'energia è il bene più prezioso che ognuno di noi ha nella propria vita. Il pensiero può mandare tutto a puttane oppure far andare le cose per il meglio – il pensiero è la chiave. Come in generale nella vita, se hai un'energia positiva ti senti bene. E io di energia ne ho certamente da vendere. Sono in grado di trasmettere energia e di far sentire veramente bene le persone, ne sono certa. Qualcuno me lo ha detto quando avevo circa 16 anni: ho carisma, posso entrare in una stanza e far sentire tutti veramente speciali e importanti. Posso anche entrarci e non fare niente: gli altri non si sentiranno male, ma non sentirò un ritorno di energia positiva. Sono fortemente consapevole di tale qualità, anche se non ritengo di essere l'unica ad averla. È un superpotere.

Voglio dare questa energia alle persone e lo stile è ciò che mi aiuta ad amplificarla. Se mi presentassi a una festa come sono vestita adesso, non sentirei l'energia. I look e gli ambienti che creo per i miei eventi, in realtà tutto quello che faccio, risveglia questa energia e mi consente di trasmetterne di più. Di fatto, mettermi in ghingheri ed esprimermi attraverso uno stile mi permette di fare ciò che più mi piace: far sentire bene le persone. Se vedo che gli altri si sentono bene, anch'io mi sento bene. In realtà, quindi, lo faccio egoisticamente per me stessa. Non potrò mai dimenticare il mio primo show al Roxy intitolato *New London in New York* [1983]. È stata la primissima sfilata di moda, il primissimo evento che ho organizzato, punto. Arrivo e c'era una fila di gente in attesa di entrare che girava due volte attorno all'isolato. Sentire l'eccitazione delle persone che erano accorse per scoprire qualcosa che io stessa avevo creato era assolutamente fantastico. Ho provato un'incredibile euforia. Hai un'idea, un'idea che ti elettrizza, che cresce dentro di te e trasformi in realtà, e che poi galvanizza altre persone. È un dono.

KR: Molto di quello che fai è in un certo qual modo fuori dal tuo controllo. Noi sei quella che suona o si esibisce durante lo show, ma che mette insieme tutti i pezzi. Come riesci a lasciare spazio all'imprevedibile?

SB: L'imprevedibile è parte del fascino. Adoro ciò che è inaspettato. È per questo che non mi piacciono le prove, non voglio che tutto sia perfetto. Se qualcuno viene fuori al momento sbagliato, va bene lo stesso. Nel caso di *New London in New York*, tutto è andato storto: la musica era sparata a tutto volume e c'era solo una tenda che divideva il pubblico dal backstage, così mancava una barriera acustica e dietro nessuno sentiva nulla. Urlo «Leigh Bowery! Leigh Bowery!» e BodyMap sale sul palco. Era un casino. Ma è stato proprio questo caos a sancire il successo dello show e a destare grande clamore. Nessuno era consapevole del fatto che questo caos non fosse assolutamente

pianificato. Il pubblico pensava che si trattasse di una sfilata di moda straordinariamente innovativa, perché era abituato a sfilate molto ingessate alla Calvin Klein.

Amo confrontarmi con le difficoltà, come quando sono caduta durante la sfilata di Thierry Mugler perché mi ha fatto indossare scarpe che sembravano pattini. Barcollo e, quando vado in scena, ovviamente stramazzo sulla pedana e la parrucca vola. Cosa faccio a quel punto? Scendo tutta la passerella strisciando, alzando le gambe e divertendomi un mondo. Era l'unica cosa da fare.

KR: A proposito di *New London in New York* [1983], quella sfilata e lo show *London Goes to Tokyo* [1984] sono servite da trampolino di lancio per alcuni giovani designer...non è una cosa comune per una piccola boutique.

SB: Guarda, in tutta onestà, ecco com'è andata. Come al solito, ho deciso di aprire il negozio senza un vero e proprio piano. Quando mi sono trasferita a New York, non c'era nessuno che creava dei look come quelli che facevamo a Londra, così ho deciso di importare quello che mi mancava. Credo che fosse giugno. Ho trovato uno spazio a SoHo e poi, in agosto o ai primi di settembre, John Duka del *New York Times* è venuto a farmi visita ancora prima che aprissi. Gli ho mostrato dei modelli e gli ho detto più o meno così: «Sono tutti giovani designer inglesi. Alcuni di loro non hanno una propria attività. Lavorano ancora dietro le quinte nelle case di moda, uno è ancora all'Università. Quelli di BodyMap vanno ancora a scuola». Lui mi dice: «È fantastico. Questa sì che è street fashion», un termine coniato proprio da John Duka. Poi, la notte prima dell'apertura, la rubrica di moda del *New York Times* mi ha dedicato una pagina intera, un'attenzione mai riservata in precedenza a una singola persona.

Così è stato un grande successo. Donna Karan e Norma Kamali venivano a fare shopping da me, e la moda inglese è diventata di tendenza. Da Saks a Charivari, Bergdorf, Barneys, Bloomingdale's, Ultimo a Chicago, Maxfield a Los Angeles, tutti ne andavano pazzi e andavano a Londra. Ero preoccupata di non riuscire a competere con queste grandi catene, e così ho deciso di mettere tutti i designer sotto contratto. Non sapevo come fare, né tecnicamente né dal punto di vista finanziario, ma sono andata a Londra, dove ho incontrato 18 stilisti tra cui Leigh, Galliano, Stephen Jones e Judy Blame. A loro dico: «Farò uno show a New York in cui vi presenterò. Avrò uno showroom. Voi venite e presentate qualsiasi cosa volete. Avrete tre minuti in passerella». Sono venuti tutti. A spingermi non è stata tanto la volontà di accendere i riflettori sui miei stilisti, quanto piuttosto di sopravvivere alla grande euforia che avevo creato senza alcuna premeditazione. Successivamente sono stata coinvolta negli affari di tutti.

Quelli di *Women's Wear Daily* in Giappone ne sentono parlare e mi dicono «vogliamo lavorare con te». Finiamo così a Tokio per uno show di tre giorni. Vengono a vederci l'ambasciatore britannico e il primo ministro giapponese, e Leigh

Bowery si presenta senza pantaloni con Trojan e Rachel [Auburn], tutti in grembiule: chiappe al vento, piegati in avanti, con le palle penzolanti. Oh mio Dio – semplicemente scandaloso. Quindi la ragione per cui ho organizzato questi show era di proteggere il mio brand. Ma non ho pianificato nulla: come qualsiasi cosa che faccio, è avvenuto tutto in maniera molto naturale.

KR: Anche se non era la tua intenzione iniziale, hai finito per offrire una piattaforma a un sacco di talenti che, altrimenti, non avrebbero avuto molta visibilità. Mi sembra che questo aspetto sia una sorta di costante di tutta la tua carriera.

SB: Ritengo sia il filo conduttore di ogni mia azione: sono le persone a motivarmi. È per questo motivo che adoro offrire spazio a tante persone diverse e cavalcare le tendenze culturali. Sono decisamente una pioniera, è giunta l'ora di ammetterlo. Voglio dire, ho fatto da battistrada per un sacco di fenomeni, persino per il *RuPaul's Drag Race*. Quando ho iniziato la mia carriera, la realtà drag non era ben vista. Allora l'ho inserita in un contesto diverso e, tramite eventi quali il *Love Ball*, l'ho aiutata a diventare mainstream. Io le ho spianato la strada, e Ru poi ha assunto le redini e fatto il resto. Tornando al *Love Ball*, anche la scena ballroom era molto isolata e devastata dall'AIDS. Allora sono andata ad Harlem a vedere queste persone ed erano incredibili. Con il *Love Ball*, le ho messe sotto i riflettori riuscendo al tempo stesso a spingere la gente a fare qualcosa contro l'AIDS. Tale crisi, all'epoca solo agli inizi, ha prodotto tantissime perdite e dolore, dato che nessuno faceva qualcosa per offrire un po' di speranza alle persone. Non voglio dire di aver scoperto il voguing o di essere stata la prima a raccogliere fondi per l'AIDS, ma sai che c'è? Sono veramente tanti i fenomeni culturali a cui ho dato il via. Il mondo trans... per il mio negozio, negli anni Ottanta ho assunto una commessa trans nera.

KR: Tanti giovani oggi propongono dei look fantastici, ma è qualcosa che fanno per Instagram o TikTok, che non esce di casa. Non c'è niente di male...

SB: No, non c'è niente di male.

KR: Mi chiedevo però quanto l'esperienza fisica di uscire e interagire con le persone sia importante per i tuoi look e per quello che crei?

SB: Beh, si tratta di una domanda veramente interessante, perché credo che non molto tempo fa la mia risposta sarebbe stata diversa. Internet, Instagram e TikTok sono molto importanti. Non avrei mai creduto di arrivare a dire una cosa del genere. C'è del buono e molto di negativo, ma l'aspetto positivo è che queste piattaforme danno visibilità a tante persone. In passato, un'azienda alla ricerca di un talento notato durante uno dei miei eventi mi avrebbe dovuto chiamare e chiedere: «dove posso trovare la persona tal dei tali»? Oppure avrebbe dovuto rivolgersi a un agente, insomma si sarebbe dovuta impegnare. Ora invece basta andare sul mio Instagram per trovare quello che cercano. Chiamano persone che lavorano con me e dicono «Ehi, ti andrebbe di...», e sono

molto contenta per loro. Una ragazza di recente mi ha detto di aver trovato un sacco di lavori grazie a me, ad esempio perché la taggo. Oggi ci sono tantissime opportunità per le persone, ed è fantastico.

Negli anni Ottanta e Novanta, gli stilisti venivano ai miei eventi per scoprire le ultime tendenze. Potevi vedere Gaultier, Mugler, Galliano e Margiela che davano un'occhiata e si lasciavano ispirare. Oggi non c'è bisogno di tutto questo, dato che abbiamo Instagram. Ma i giovani che creano questi look su Instagram... io sono in grado di offrire loro una piattaforma nel mondo reale, uno spazio dove sentirsi sicuri, realizzare un look e fare nella vita vera qualunque cosa stessero facendo su Instagram. E questo non ha prezzo, perché su Instagram non ci sono emozioni. Per me, un'autentica interazione umana è più importante che mai: persone reali, contatti genuini, vedere gli occhi degli altri e la loro energia, la percezione reciproca. Sono profondamente convinta che ciò sia essenziale in questo momento, poiché l'attenzione è ormai tutta rivolta all'apparenza su Internet e all'immagine del proprio Instagram. Lo trovo sconvolgente.

KR: Ritieni che ci sia una differenza tra ciò che crei per Instagram e quello che crei nella vita reale?

SB: Il 99,9 per cento delle cose che vedi su Instagram consiste in quello che sto facendo per andare a un evento dal vivo, dico davvero. Non mi è ancora capitato di creare dei look solo per Instagram. È però interessante notare che la mia attività, ossia creare dei look, sia ormai considerata una forma d'arte anche grazie a Instagram. Anche in quest'ambito mi considero per così dire una pioniera. Trasformo in arte ciò che potrebbe sembrare semplicemente moda, una persona con un vestito e un trucco pesante. Per la maggior parte delle persone, vestirsi significa mettersi una certa cosa in funzione del posto in cui si va o seguire la moda del momento. Quello che faccio io è invece completamente diverso. Il mio corpo è la mia tela, con cui creo opere di auto-espressione.

KR: Oggi disponiamo di molte risorse per scoprire cose nuove e allargare i nostri orizzonti, ma si tratta ovviamente di opportunità relativamente nuove. Mi piacerebbe dunque sapere cosa ti ha influenzato durante la tua giovinezza in Svizzera?

SB: Penso di essere stata influenzata dal modo di vivere svizzero. Ti devi svegliare alle sette, otto del mattino – forse mi oppongo all'orario tradizionale «nove-diciassette» proprio perché sono nata in Svizzera, con questa struttura di fondo. Ci sono le Alpi, ci sono le valli e l'ambiente è molto impervio. Le Alpi costituiscono una barriera verso gli influssi esterni, tu ti ci ritrovi e ci si aspetta che tu sia in un certo modo. Penso di essermi ribellata contro le convenzioni tipiche della Svizzera ma non solo: avere la casa, la staccionata bianca, il conto in banca, la macchina e i bambini. Credo di essere cresciuta nella consapevolezza di non volere tutto questo.

KR: Com'era la tua famiglia?

SB: I miei genitori erano molto aperti, molto inclusivi. Così ho imparato tutte le cose basilari per un essere umano: essere gentili e non crudeli, dare e perdonare. E che siamo tutti esseri umani e uguali. Sono cresciuta con questa filosofia. Sono quindi stata fortunata a non dover mai avere paura di chi sono o cosa sono. I miei genitori avevano anche stile, si interessavano sempre a come tutti noi fossimo vestiti: mia sorella, mia madre, mio padre e io.

KR: Molto di quello che fai è effimero: le tue creazioni durano un attimo e poi spariscono.

SB: Sì, si tratta decisamente di cose da una notte e via.

KR: Non desideri mai che le tue creazioni durassero maggiormente nel tempo?

SB: Veramente no. Detto questo, da un punto di vista economico non è vantaggioso; sarebbe meglio avere un prodotto. *Io sono* il prodotto. Adoro però il fatto che alla fine di una festa, le persone se ne andranno con un ricordo. Mi piace l'idea di essere un ricordo. È come una fantastica notte d'amore, che poi finisce, ma resta nella memoria e si prova nostalgia. Penso che le cose riproposte sempre allo stesso modo siano destinate a logorarsi e ad annoiare. Amo confrontarmi sempre con nuove sfide.

KR: Con i tuoi look, fondamentalmente non ti ripeti mai.

SB: Creare i miei stili mi dà un sacco di soddisfazione, non cado mai nella routine. Per me, riproporre uno stesso look sarebbe monotono, il che è buffo se si pensa che molte persone rinomate per il proprio look hanno uno stile ripetitivo. Kim Kardashian, ad esempio, rimane sempre Kim Kardashian anche con un altro outfit, lo stesso vale persino per Marilyn Monroe. Il mio stile è non avere uno stile. Seguo sempre il mio istinto, il che per me è molto divertente. Se sono stanca o giù di corda, mi basta sistemare i capelli e truccarmi per riaccendermi in un istante. È come un'invenzione, «okay, facciamo questo, facciamo quest'altro». Non mi stanco mai di farlo.

KR: Il tuo stile si è evoluto e ha acquisito nuove sfumature. Se guardo le tue foto degli anni Ottanta, i tuoi look sembrano quasi convenzionali se paragonati a quelli di oggi.

SB: All'epoca mi concentravo piuttosto su quello che la gente non avrebbe indossato o non aveva mai visto... più sulle sensazioni. In quel periodo creavo look dalla testa ai piedi, ora penso più a mixare, mi vesto in funzione del trucco per così dire. Ora l'attenzione è più rivolta alla trasformazione. È come Leigh Bowery: lui dipingeva qua e là, e poi è diventato di colpo questa scultura. Per me è lo stesso. Non sono Leigh Bowery, ma sono diventata sempre più creativa con me stessa. Sai, non mi limito mai a indossare una parrucca presa in un negozio, raramente lascio un vestito così come l'ho comprato. Mi chiedo sempre come rendere una certa cosa un po' diversa da quella che è, come farla mia. Se per i capelli mi ispiro al glamour hollywoodiano, allora opto per un trucco futuristico, se l'outfit è molto barocco, scelgo

un'acconciatura punk. Adoro sperimentare. Un artista emergente con cui collaboro ha realizzato un abito con sculture di plastica – fantastico ma impossibile da indossare. Non sapevo come fare e allora mi sono detta «vaffanculo, me lo metto sulla testa». Per me, la moda è una cosa, ma vedere un capo d'abbigliamento e trasformarlo in qualcos'altro e renderlo tuo è una forma d'arte diversa. Negli anni Settanta quando ero a Londra, ci si vestiva in un certo modo per far parte di una determinata scena... punk, rock, new romantic. Oggi prevale invece l'individualismo.

KR: Per certi versi hai creato una tua scena.

SB: La mia opera è la mia vita. Non ho disegnato degli occhiali o una borsa, ho creato uno stile di vita, uno spazio per far coesistere tutte queste cose. Credo si possa dire che sono una designer di vita.

KR: Sei stata una musa per un sacco di designer e hai contribuito a lanciare tante carriere. C'è qualcuno che è stato a sua volta una sorta di mentore per te?

SB: Ci sono stati due fidanzati. Paul Reeves, che ho conosciuto in Inghilterra, ha colto le mie potenzialità. C'è stato un momento in cui sarei potuta tornare in Svizzera, ma lui mi ha incoraggiato a restare. Lui stesso era straordinariamente creativo; aveva questo negozio, Universal Witness, dove andavano tutti i grandi nomi della musica rock, dai Rolling Stones a David Bowie. L'altro è stato l'artista Patrick Hughes; mi sono trasferita a New York il giorno di San Valentino per stare con lui. Quel periodo a New York con Patrick è coinciso con la mia vera ascesa. Se a Londra ero solo parte di un movimento e mi limitavo ad assorbire le tendenze, ora iniziavo a fare le mie cose. Per il resto, di fatto i miei mentori sono chi ho contribuito a lanciare. Vedere RuPaul ballare la Go-go dance su un cubo al Savage e dirgli «Sei una fot-tuta star» – in un certo qual modo è stato un mentore per me. Leigh Bowery, Mathu Anderse n, Zaldy, Galliano...ce ne sono veramente tanti. Così come io ho contribuito al loro decollo, loro mi hanno ispirato facendo parte della mia vita e permettendomi di riconoscere il loro talento. Mi hanno dato la sensazione di avere occhio.

KR: Sin dagli esordi, hai sfidato le categorizzazioni e favorito le contaminazioni. Cosa credi ci sia in te e nel tuo lavoro che attrae persone così diverse tra loro e che, in teoria, non amano le stesse cose?

SB: È probabilmente una delle risposte più semplici. Io includo chiunque: i ragazzi di Brooklyn, le signore dei quartieri alti, gli eccentrici, la gente «normale» del New Jersey e tutti quelli che stanno nel mezzo. Con me, le persone hanno la certezza di essere accettate e poste tutte allo stesso livello. È un po' come quando vai al cinema e ti devi mettere gli occhiali 3D; ognuno li deve indossare e, se non lo fai, tutto appare sfocato. Non importa chi tu sia, se vieni a uno dei miei eventi devi metterti gli occhiali – l'accettazione è il prezzo per essere ammessi. Va bene qualunque cosa. Come esseri umani, ritengo che tutti noi

abbiamo il desiderio, nel profondo, di entrare in connessione con gli altri, di essere parte di qualcosa. Probabilmente metto a disagio alcuni, ma penso che la curiosità sia insita anche nelle persone di vedute più ristrette; la loro mentalità chiusa dipende semplicemente dall'assenza di stimoli. Così ho creato un posto dove tutte le culture possono confrontarsi e uscire dai rispettivi universi in cui vivono o credono di vivere. È proprio questo ciò che conta veramente.

Redattore, autore e stilista attivo a New York, Kareem Rashed ha scritto tra l'altro per *Vogue*, *Elle*, *Surface* e *Sotheby's*.