



Photographer: Marcus Tondo

«La moda è un atto creativo ma soprattutto è un lifestyle che hai, che sviluppi e che parte sempre da una passione naturale. Non è facile identificare una genesi. La bellezza si respira sin da piccoli». Un mix di culture ed influenze, le origini e la famiglia. L'amore per l'artigianato e la pittura cinese che sin dall'infanzia hanno caratterizzato la sua crescita e che ritroviamo in ogni sua creazione. La moda usata come veicolo per comunicare messaggi di inclusione. Le donne, tema centrale di ogni collezione. Amicizia e cambiamenti, Luca Lin, founder e designer del brand ACT N°1, è questo e molto di più.

*«Fashion is a creative act but above all it is a lifestyle that you have, that you develop and that always starts from a natural passion. It is not easy to identify a genesis. Beauty can be breathed from an early age». A mix of cultures and influences, origins and family. The love for Chinese craftsmanship and painting that have characterized his growth since childhood and that we find in each of his creations. Fashion used as a vehicle to communicate messages of inclusion. Women, the central theme of each collection. Friendship and changes - Luca Lin, founder and designer of the ACT N°1, brand, is this and much more.*

Interview by  
Michela Garofalo

LUCA LIN

Il nome ACT N°1, come già spiegato in passato, fa riferimento al primo atto della vita, quello che ha dato origine al suo background di esperienze. Quale è stato invece l' "act n°1" che l'ha spinto ad avvicinarsi al mondo della moda?

La moda è un atto creativo ma soprattutto è un lifestyle che hai, che sviluppi e che parte sempre da una passione. Non è facile identificare una genesi.

La bellezza si respira sin da piccoli, in casa, è qualcosa con cui cresci.

Per me è stata la passione dei miei genitori che si sono trasferiti in Italia dalla Cina e hanno portato con loro la passione per l'arredamento e l'artigianato e soprattutto la pittura, basata sui fiori e sui paesaggi, temi che poi sono stati trasferiti sulle stampe della collezione.

Spazio e tempo dividono due realtà e la mia passione è sempre stata unire in una collezione di moda di respiro internazionale.

Rimanendo in tema di primi atti, da sempre il brand si è fatto promotore di un messaggio di inclusività, ponendo particolare attenzione sulla condizione femminile.

Cosa l'ha spinto a battersi per determinate cause?

Non c'è stata nessuna pianificazione.

Il pensiero è sempre andato al fatto che le collezioni sono dedicate alle donne e il momento della sfilata è una occasione unica per veicolare un messaggio che può essere ascoltato dai media e distribuito in tutto il mondo attraverso i media e i social. Se c'è una attenzione perchè sprecarla solo per pubblicizzare una collezione quando ad essa si può anche lanciare un messaggio?

Abbiamo iniziato dalle spose bambine e poi alla libertà e all'espressione personale, all'inclusione e ora con Ara Lumiere per sostenere le donne sfigurate dall'acido.

Non si può restare indifferenti.

Quanto crede sia importante trasformare le proprie insicurezze in punti di forza, specialmente nel suo lavoro?

È importante ma non primario. Una collezione non può diventare il contenitore delle frustrazioni o delle emozioni del designer.

Il progetto ACT N°1 è cresciuto velocemente e ha portato molte soddisfazioni, proprio perchè la creatività e la parte imprenditoriale sono strettamente legate. Resta centrale la creatività ma non è pura, è unita ad un prodotto che le donne in tutto il mondo indossano ogni giorno.

I traguardi di Who's On Next nel 2017 e Grant di Camera Moda Fashion Trust, Pierpaolo Piccioli che lo prende sotto la propria ala, la separazione dal suo amico/socio Galib Gassanof: quanto, tutti questi eventi, hanno cambiato la sua idea di moda dagli esordi ad oggi ed hanno influito sul suo percorso professionale?

Come nella vita di tutti i giorni ogni evento, ogni incontro, ogni separazione sono cambi di percorso inevitabili. Non capitano per caso ma per risolvere delle cose per spingere nell'evoluzione personale e del progetto.

*The name ACT N°1, as already explained in the past, refers to the first act of life, the very one that gave rise to your background of experiences.*

*What was instead the "act n°1" that pushed you to approach the world of fashion?*

*Fashion is a creative act, but above all it is a lifestyle that you have, that you develop and that always starts from a passion. It is not easy to identify a genesis.*

*Beauty is breathed in from an early age, at home, it's something you grow up with.*

*For me it was the passion of my parents who moved to Italy from China and brought with them the passion for furniture and crafts and above all painting, based on flowers and landscapes, themes that were then transferred on the prints in the collection.*

*Space and time divide two realities and my passion has always been to unite them in a fashion collection of international scope.*

*Staying on the subject of first acts, the brand has always promoted a message of inclusiveness, paying particular attention to the female condition.*

*What prompted you to fight for certain causes?*

*There was no planning.*

*My thought has always gone to the fact that the collections are dedicated to women and the moment of the fashion show is a unique opportunity to convey a message that can be heard by the media and spread all over the world through the media and social networks. If there is an audience why waste the opportunity just to advertise a collection when you can also send a message?*

*We started with the issue of child marriages and then promoted freedom and self-expression, then inclusion and now with Ara Lumiere we support women disfigured by acid.*

*We cannot remain indifferent.*

*How important do you think it is to turn insecurities into strengths, especially in your job?*

*It is important but not primary. A collection cannot become the container of the designer's frustrations or emotions.*

*The ACT N°1 project has grown rapidly and has given many satisfactions, precisely because creativity and the entrepreneurial side are closely linked. Creativity remains central but it is not pure, it is combined with a product that women all over the world wear every day.*

*The goals of Who's On Next in 2017 and Grant of Camera Moda Fashion Trust, Pierpaolo Piccioli who takes you under his wing, the separation from your friend/partner Galib Gassanof: how much did all these events change your idea of fashion from the beginning to today and have they influenced your professional career?*

*As in everyday life, every event, every meeting, every separation is an inevitable change of course. They don't happen by chance, but to solve things, to push someone in his personal and project evolution.*

Trovo sempre un grande interesse nel vedere come fattori esterni intervengono e quanto si deve poi intervenire per mantenere certe caratteristiche di continuità nello stile per mantenere coerente il progetto che evolve senza essere snaturato da ciò che interviene dall'esterno.

**Parliamo del tulle, elemento presente in tutte le collezioni. Quale è la simbologia che si cela dietro l'utilizzo di questo tessuto?**

Il tulle è un materiale apparentemente frivolo, fragile, non pratico. È utilizzato in costumi scenici nel balletto classico e nei capi più memorabili di ACT N°1 è utilizzato abbinato a colori forti, sorprendenti.

Dalla prima collezione l'evoluzione è stata molto interessante: dai volant alla plissettatura, alle strutture con anima in metallo come per i pezzi più voluminosi e iconici come la conchiglia rosa progettata per Lizzo ai Brit Awards. Non ha più caratteristiche tradizionali. È diventato un materiale da scolpire.

**Ritiene che la sua personale visione della moda, in qualche modo, possa essere un monito per le nuove generazioni a fare sempre meglio ed agire responsabilmente, anche in termini di moda, appunto?**

Lo spero veramente. Questo lavoro sembra molto "patinato" ma in realtà è un lavoro faticoso, che ti carica di responsabilità. Non ci sono molti giorni di ferie e spesso le notti in bianco, soprattutto prima della sfilata, non si contano.

Quando ti prefissi degli obiettivi e vuoi raggiungerli non puoi riposarti, non puoi mollare. Serve una grande volontà e una grande resistenza. Questo sì.

**In una società che è in costante trasformazione ed evoluzione, come si fa a non perdere di vista l'obiettivo e rimanere fedeli ai propri ideali? E suoi, di ideali, per il futuro quali sono?**

Non solo la società è in evoluzione, ma anche la vita di ognuno: proprio perchè possono arrivare eventi esterni a cambiare il corso del tuo progetto, devi restare al timone come una barca nella tempesta.

Se hai una visione è la tua costanza e la tua coerenza che fanno la differenza.

È necessario essere fedeli agli ideali che non cambiano nel tempo ma sono la spina dorsale del progetto, l'essenziale è appunto avere un progetto, un piano da seguire nei minimi dettagli.

Se segui ogni passo, ogni cosa che può accadere non sposta i passi da fare per raggiungere l'obiettivo: si tratta solo di ricalibrare e muoversi per riprendere il cammino previsto. Il piano è essenziale.

**Arte del cambiamento, storytelling, pensiero soggettivo: la moda è questo e molto altro.**

**Qual è la sua personale definizione ed espressione della moda e quale dovrebbe essere, a suo avviso, il più grande cambiamento da mettere in atto oggi per il futuro?**

Per me ciò che chiamano "moda" è un concetto complesso, non facile da sintetizzare nella sua espressione e che

*I always find a great interest in seeing how external factors intervene and what must then be done to maintain certain characteristics of continuity in the style, in order to keep the project coherent as it evolves without being distorted by what intervenes from the outside world.*

**Let's talk about tulle, an element present in all collections. What is the symbolism behind the use of this fabric?**

*Tulle is a seemingly frivolous, fragile, impractical material. It is used in stage costumes in classical ballet and in the most memorable garments of ACT N°1 it is used combined with strong, surprising colors.*

*From the first collection the evolution has been very interesting: from ruffles to pleating, to structures with a metal core, as for the more voluminous and iconic pieces such as the pink shell designed for Lizzo at the Brit Awards.*

*It no longer has traditional features. It has become a material to sculpt.*

**Do you believe that your personal vision of fashion, in some way, can be a warning to the new generations to always do better and act responsibly, also in terms of fashion?**

*I truly hope so. This work seems very "glossy" but in reality, it is a tiring job, which loads you with responsibility.*

*There aren't many days off and sleepless nights, especially before a fashion show, are often countless.*

*When you set yourself goals and want to achieve them you can't rest, you can't give up.*

*It takes great will and great endurance.*

*This for sure.*

**In a society that is in constant transformation and evolution, how do you manage not losing sight of your goal and remaining faithful to your ideals? And what are your ideals for the future?**

*Not only is society evolving, but so is everyone's life: precisely because external events can change the course of your project, you must remain at the helm like a boat in a storm.*

*If you have a vision, it's your constancy and consistency that make the difference.*

*It is necessary to be faithful to the ideals that do not change over time but are the backbone of the project. The essential thing is to have a project, a plan to follow down to the smallest detail.*

*If you follow every step, everything that can happen doesn't change the steps to take to reach the goal: it's just a matter of recalibration and moving to resume the expected path. The plan is essential.*

**Art of change, storytelling, subjective thinking: fashion is this and much more.**

**What is your personal definition and expression of fashion and what, in your opinion, should be the biggest change for the future today?**

*For me, what they call "fashion" is a complex concept, not easy to summarise in its expression and still representing*

# SPACE AND TIME DIVIDE TWO REALITIES AND MY PASSION HAS ALWAYS BEEN TO UNITE THEM IN AN INTERNATIONAL FASHION COLLECTION.

rappresenta tutt'ora quello che faccio con passione ogni giorno. Si compone di due elementi: creatività e razionalità come quasi tutte le cose della vita. Non esiste l'una senza l'altra, in un eterno equilibrio. La creatività è quello che vedo sempre meno, eppure è quello che ci muove e che ci fa esprimere nel mondo, eppure ne vedo sempre meno, ed è sempre meno libera.

©Riproduzione riservata

*what I do with passion every day.*

*It consists of two elements: creativity and rationality, like almost all things in life. There is no one without the other, in an eternal balance. Creativity is what I see less and less of, and yet it is what moves us and makes us express ourselves in the world, and yet I see less and less of it, and it is less and less free.*

«الموضة هي عمل إبداعي ولكن قبل كل شيء هو أسلوب حياة لديك وتطوره ويبدأ دائماً من شغف طبيعي. ليس من السهل تحديد التكوين. الجمال يمكن أن يتنفس من سن مبكرة». مزيج من الثقافات والتأثيرات والأصول والعائلة. حب الحرف اليدوية والرسم الصيني الذي ميز نموه منذ الطفولة والذي نجده في كل من إبداعاته. تستخدم الموضة كوسيلة لتوصيل رسائل الدمج. النساء ، الموضوع الرئيسي لكل مجموعة. الصداقة والتغييرات ، لوكا لين ، مؤسس ومصمم العلامة التجارية I°Act N ، هو هذا وأكثر من ذلك بكثير.

**يشير الاسم Act رقم 1 ، كما سبق شرحه في الماضي ، إلى الفعل الأول في الحياة ، الذي أدى إلى ظهور خلفيته من التجارب.**

**ما هو بدلاً من ذلك "الفعل رقم 1" الذي دفعك للاقترب من عالم الموضة؟**

الموضة هي عمل إبداعي ولكن قبل كل شيء هو أسلوب حياة لديك وتطوره ويبدأ دائماً من شغف. ليس من السهل تحديد التكوين. يتنفس الجمال منذ سن مبكرة ، في المنزل ، إنه شيء تكبر معه. بالنسبة لي ، كان شغف والدتي قد انتقل إلى إيطاليا من الصين وجلبوا معهم شغف الأثاث والحرف اليدوية وقبل كل شيء الرسم ، بناءً على الزهور والمناظر الطبيعية ، وهي الموضوعات التي تم نقلها بعد ذلك إلى المطبوعات في المجموعة. يقسم المكان والزمان حقيقتين ، وكان شغفي دائماً هو توحيدهما في مجموعة أزياء ذات نطاق دولي.

**استمراراً في الحديث عن موضوع الأفعال الأولى ، لطالما رجحت العلامة التجارية لرسالة الشمولية ، مع إيلاء اهتمام خاص لوضع المرأة. ما الذي دفعك للقتال من أجل أسباب معينة؟** لم يكن هناك تخطيط. لطالما ذهب الفكر إلى حقيقة أن المجموعات مخصصة للنساء وأن لحظة عرض الأزياء هي فرصة فريدة لنقل رسالة يمكن أن تسمعها وسائل الإعلام ويتم توزيعها في جميع أنحاء العالم من خلال وسائل الإعلام والشبكات الاجتماعية. إذا كان هناك اهتمام ، فلماذا تهدر فقط للإعلان عن مجموعة بينما يمكنك أيضاً إرسال رسالة إليها؟ بدأنا مع الأطفال العرائس ثم إلى الحرية والتعبير عن الذات ، إلى الإدماج والأن مع Ara Lumiere لدعم النساء المشوهات بسبب الحمض. لا يمكننا أن نظل غير مبالين.

**ما مدى أهمية تحويل مخاوفك إلى نقاط قوة في اعتقادك ، خاصة في وظيفتك؟**

إنه مهم ولكنه ليس أساسياً. لا يمكن أن تصبح المجموعة حاوية لإحياءات المصمم أو مشاعره. نما مشروع I ACT N

بسرعة وحقق الكثير من الرضا ، على وجه التحديد لأن الإبداع والجانب الريادي مرتبطان ارتباطاً وثيقاً. يظل الإبداع محورياً ولكنه ليس نقيًا ، بل يتم دمج مع منتج ترتديه النساء في جميع أنحاء العالم كل يوم.

**أهداف Who's On Next في عام 2017 و Grant of Camera Moda Fashion Trust ، Pierpaolo**

**Piccioli الذي أخذته تحت جناحه ، والانفصال عن صديقه / شريكه Galib Gassanof : إلى أي مدى غيرت كل هذه الأحداث فكرته عن الموضة**

**وعن ابتداء من اليوم وهل أثروا في حياتك المهنية؟**

كما هو الحال في الحياة اليومية ، كل حدث ، كل لقاء ، كل فراق هو تغيير حتمي للمسار. لا تحدث عن طريق الصدفة ولكن لحل الأشياء لدفع التطور الشخصي وتطور المشروع. أجد دائماً اهتماماً كبيراً بروية كيفية تدخل العوامل الخارجية وما يجب فعله بعد ذلك للحفاظ على خصائص معينة من الاستمرارية في الأسلوب للحفاظ على تماسك المشروع أثناء تطوره دون تشويبه بما يتدخل من الخارج.

**لنتحدث عن التول ، وهو عنصر موجود في جميع المجموعات. ما هي الرمزية وراء استخدام هذا القماش؟**

التول مادة تبدو تافهة وهشة وغير عملية. يتم استخدامه في أزياء المسرح في الباليه الكلاسيكي وفي أكثر الملابس التي لا تنسى في I ACT N ،

يتم استخدامه مع ألوان قوية ومدهشة. من المجموعة الأولى ، كان التطور مثيراً للاهتمام للغاية: من الكشكشة إلى الطيات ، إلى الهياكل ذات النواة المعدنية كما هو الحال بالنسبة للقطع

الأكثر ضخامة والأيقونية مثل الصدفة الوردية المصممة لـ Lizzo في جوائز بريت. لم يعد لها خصائص تقليدية. لقد أصبح مادة للتحنن.

**هل تعتقد أن رؤيتك الشخصية للأزياء ، بطريقة ما ، يمكن أن تكون تحديراً للأجيال الجديدة للقيام دائماً بعمل أفضل والتصرف بمسؤولية ، أيضاً فيما يتعلق بالموضة؟**

أمل ذلك حقاً. يبدو هذا العمل "لامعاً" للغاية ولكنه في الواقع عمل متعب ، وهو ما يتفلك بالمسؤولية. لا توجد أيام إجازة كثيرة وليالي بلا نوم ، خاصة قبل عرض الأزياء ، غالباً ما تكون لا تعد ولا تحصى. عندما تضع لنفسك أهدافاً وترغب في تحقيقها ، لا يمكنك الراحة ، ولا يمكنك الاستسلام. يتطلب الأمر إرادة كبيرة وقدرة كبيرة على التحمل. هذا نعم.

**في مجتمع في حالة تحول وتطور دامين ، كيف لا تغفل عن الهدف وتظل واثقاً لمُتلك العليا؟ وما هي مُتلك للمستقبل؟**

لا يتطور المجتمع فحسب ، بل تتطور أيضاً حياة الجميع: على وجه التحديد لأن الأحداث الخارجية يمكن أن تغير مسار مشروعك ، يجب أن تظل على رأسك مثل قارب في عاصفة. إذا كانت لديك رؤية ، فإن ثباتك واتساقك هو الذي يصنع الفرق. من الضروري أن تكون مخلصاً للمثل العليا التي لا تتغير بمرور الوقت ولكنها العمود الفقري للمشروع ، والشيء الأساسي على وجه التحديد هو أن يكون لديك مشروع ، وخطة لمتابعة أدق التفاصيل. إذا اتبعت كل خطوة ، فإن كل ما يمكن أن يحدث لا يغير الخطوات التي يجب اتخاذها للوصول إلى الهدف: إنها مجرد مسألة إعادة معايرة والتحرك لاستئناف المسار المتوقع. الخطة ضرورية.

**فن التغيير ورواية القصص والتفكير الذاتي: الموضة هي هذا وأكثر من ذلك بكثير. ما هو تعريفك الشخصي وتعريفك عن الموضة وماذا يجب أن يكون ، برأيك ، أكبر تغيير يتم تنفيذه**

**اليوم في المستقبل؟**

بالنسبة لي، ما يسمونه "الموضة" هو مفهوم معقد، ليس من السهل تلخيصه في التعبير عنه والذي لا يزال يمثل ما فعله بشغف كل يوم. ويتكون من عنصرين: الإبداع والعقلانية مثل كل الأشياء في الحياة تقريباً. ولا يوجد أحد دون الآخر ، في توازن أبدي. الإبداع هو ما أراه أقل فأقل، ومع ذلك فهو ما يحركنا ويجعلنا نعبّر عن أنفسنا في العالم، ومع ذلك فإنني أراه أقل فأقل وهو يتضاءل أكثر وأكثر حرية.