



Le nuove tendenze

I grandi gruppi hanno sede a Parigi ma le produzioni di alto livello sono nostrane come gli accessori realizzati in Toscana che poi vengono esportati in tutto il mondo

Una larga fascia di clientela preferisce sempre un taglio classico per il proprio guardaroba, partendo dagli abiti fino alle scarpe spesso prodotte anche a mano

LA FRANCIA NON RIESCE A SUPERARE I PRODOTTI ITALIANI

La moda maschile detiene la leadership

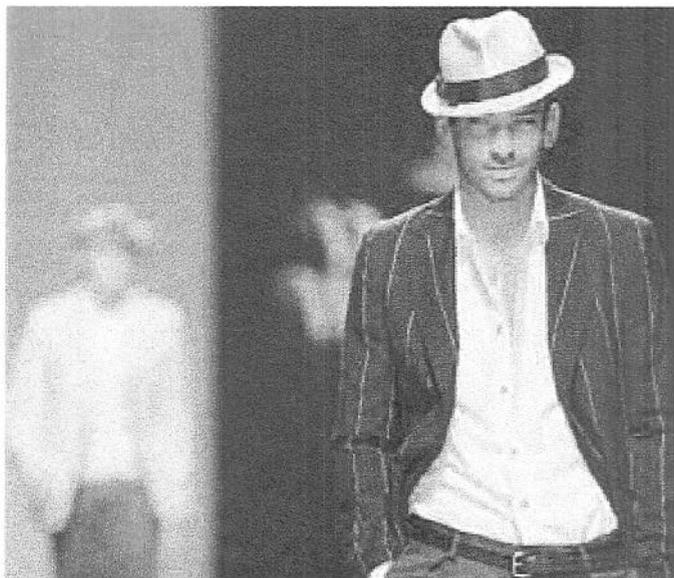
Il sistema della moda risolve sempre l'Italia da qualsiasi momento nero grazie alla sua leadership nell'abbigliamento maschile. L'Italia, in tal senso, ha un valore aggiunto due volte e mezzo superiore a quello francese e un'occupazione tre volte maggiore. La bilancia commerciale italiana, poi, è positiva per 21,4 miliardi di euro, mentre quella francese è in passivo di 9,7 miliardi.

Marco Fortis, economista nonché vicepresidente della Fondazione Edison, ha analizzato i dati dei sistemi moda italiano e francese: «La moda francese ha importanti e famosi marchi del lusso, ma le sue dimensioni sono assai inferiori a quelle dell'industria italiana e questo appare chiaramente dalle statistiche. Perché è vero che i grandi gruppi del lusso sono francesi, ma le loro produzioni di alto livello sono fatte in Italia, in particolare gli accessori in Toscana. I dati dimostrano l'importanza cruciale del sistema moda nell'economia italiana. Non dimentichiamo che il reddito creato dalla nostra moda è, per fare un esempio, oltre tre volte superiore a quello prodotto dall'industria aerospaziale francese». La vera sfida, però, sarà la donna. È infatti sulla moda femminile, vero terreno di confronto con Parigi, che si verificherà la tenuta italiana. Non è un caso che Paolo Zegna, presidente di Smi, la

Confindustria del tessile-abbigliamento, commentando Le Figaro dica: «È il riconoscimento della leadership italiana nella moda maschile. Ora dobbiamo ottenere lo stesso obiettivo anche nella donna, non avendo timore dei concorrenti e dimostrando che stiamo attenti all'evoluzione del mercato».

Il tema sollevato da Zegna è quello di cambiare, anticipandole, o non cambiare, le date delle sfilate milanesi che sono oggi a febbraio e a settembre; e di mettere insieme, o lasciarle separate, le presentazioni donna e uomo.

Il presidente di Smi è per cambiare: «Oggi - dice - c'è uno sfasamento tra i tempi della presentazione delle collezioni e quelli che il mercato si aspetta per poter avere i prodotti nei negozi con il giusto anticipo. Dobbiamo monitorare bene la situazione per non fare passi falsi ma, per esempio pensando alla stagione estiva, a me sembra che il mese di settembre con le sue sfilate di prêt-à-porter abbia una tempistica troppo ritardata. La logica sarebbe che tutti anticipassero». Anche su momenti unici per presentare le collezioni uomo e donna, Zegna è favorevole: «Pitti W-Woman (il salone delle precollezioni donna che Firenze ha proposto per la prima volta la scorsa settimana durante l'uomo) è solo un inizio, spero che da questa manifestazione ci arrivino grandi suggerimenti».



Meno addobbi ma più morbidezza e lusso

Le calzature proposte per la prossima stagione puntano sulla sobrietà e su materiali in cui prevale la comodità

Con tre comparativi si può definire il denominatore tematico della prossima stagione: meno addobbi, più morbidezza e più lusso. Meno addobbi significa che le nuove calzature sono molto più sobrie, meno decorative e meno sgargianti. La parola magica che domina la prossima stagione, è "morbido" oppure "ancora più morbido".

Le suole flessibili sono comunque un "must": Chi ha voglia di comprare ancora le durissime suole di tunit? Ma anche per la tomaia non si rinuncia a materiali morbidissimi. Sia che si tratti di lacca, laminato, nappa o scamosciato, e addirittura con i materiali diversi dalla pelle, non c'è proprio più nulla che non obbedisca al comandamento della morbidezza. Nuove lavorazioni, soprattutto stile tubo flessibile, hanno il compito di evitare che la scarpa

stringa eccessivamente il piede. "Meno addobbi" si riferisce in prima linea all'impiego dei materiali: nappa lussuose, scamosciati finissimi, pelle laccata e metallizzata con effetti cangianti formano il quadro di quanto veste i piedi durante la prossima stagione. Gli accessori sono applicati con estrema parsimonia. Più lusso si riferisce però anche al modo di usare i colori: toni discreti, soprattutto il bianco e le tonalità crema nonché le sfumature di grigio che vanno dalla ghiaia alla pietra, dal mastice all'argento luccicante, tutti esprimono tranquillità e modernità. Un elemento stimolante è dato dall'aggiunta di tinte luminose naturalmente per i più giovani. Fucsia, giallo, rosso, verde e blu ultramarino sono i favoriti dei designer in questa stagione, che talvolta li distribuiscono in abbondanza, altre

volte soltanto come piccoli accenti. I colori neon nel campo dello young fashion festeggiano un comeback, proprio secondo il gusto degli anni Ottanta.

Semplicità e sobrietà di proporzioni e linee, invece, sono sempre in primo piano nella nuova moda maschile. Lo stile formale diventa più disinvolto, quello casual decisamente più curato. La cartella colori è improntata sulle tinte chiare. A un bianco raggianti si accompagnano toni neutri. Vari sono i tipi di calzature: gli sneaker grazie alla foratura alternata e le suole più sottili si possono addirittura abbinare al classico vestito da uomo. Le monk vivono un ritorno in nuova veste. Infatti la loro modernità si esprime attraverso dettagli come cuciture decorative, microperforazioni e degradé.

