

A RISCHIO LO «SPAZIO» PER LE SFILATE DEI GIOVANI

È INDISPENSABILE VALORIZZARE GLI STILISTI JUNIOR,
DICONO I NUOVI VERTICI DELLA CAMERA DELLA MODA.
MA GLI SLOT PER SETTEMBRE SONO DIFFICILI DA TROVARE

di Paola Bottelli

Non di sole passerelle vive il mondo fashion. Durante Milano moda donna, in calendario dal 18 al 23 settembre con le collezioni primavera-estate 2014, un nutrito gruppo di giovani talenti potrà utilizzare una location mozzafiato, la Sala delle Cariatidi di Palazzo Reale, per proporre le proprie creazioni al pubblico dei compratori internazionali e dei media.

Se il sindaco, Giuliano Pisapia, ha annunciato un intervento diretto del Comune per allestire per la prima volta durante la moda un'operazione in perfetto stile Fuori Salone - quella febbre che "scalda" il capoluogo lombardo durante la settimana del Salone del mobile, coinvolgendo migliaia di persone, inclusi i semplici curiosi - resta però il problema della salvaguardia degli stilisti junior in un calendario dominato dai big.

I nuovi vertici della Camera nazionale della moda - con la riconferma a presidente di Mario Boselli sono stati eletti i vicepresidenti Patrizio Bertelli (vicario), Diego Della Valle, Angela Missoni e Gildo Zegna - si sono impegnati tra l'altro a valorizzare i giovani, visto che ai vertici della creativi-

tà italiana non c'è quel ricambio che sarebbe invece indispensabile, come purtroppo accade a tutti i livelli nel nostro Paese.

Infatti, vengono ancora considerati giovani i designer ormai sulla soglia della quarantina: dietro di loro sembra esserci il vuoto, anche se in realtà negli uffici stile dei big brand lavorano schiere di volenterosi stilisti, pronti a sacrificarsi per soddisfare gli input stilistici di direttori creativi ormai a capo di staff di decine di persone declinati sulle più svariate categorie merceologiche.

L'ultimo junior salito alla ribalta è Andrea Pompilio, appunto 40enne, ospitato da Giorgio Armani nel Teatro progettato da Tadao Ando, che ha potuto dunque godere di una visibilità mediatica e di un parterre che sarebbero stati difficili da raggiungere in una location differente. Armani ha annunciato che anche a settembre farà sfilare un giovane nei suoi spazi ma, nel backstage della sfilata Emporio Armani uomo primavera-estate 2014, non ha voluto rivelare il nome del prescelto.

L'augurio è, ovviamente, che altri nomi importanti della moda italiana facciano un gesto analogo, consentendo alle start-up di tagliare significativamente costi che, quasi sempre, sono insostenibili per chi deve ancora far decollare il proprio business.



Resta, però, il problema del posizionamento nel calendario ufficiale delle sfilate sotto la Madonnina: i nuovi vertici della Camera sono fermamente intenzionati a contenere il programma in sei giorni, per evitare nel settimo il fuggi-fuggi generale verso Parigi. E qui sta proprio il nocciolo della questione: se in una giornata si possono svolgere dieci sfilate e i giorni sono sei, non sembra esserci spazio per tutti. E finirebbero penalizzati proprio quei giovani che, a parole, si dice di voler invece mettere in vetrina.

La soluzione inevitabile sembra essere quella della sovrapposizione delle passerelle di alcuni degli junior sull'eventuale seconda sfilata che alcuni big brand scelgono di far svolgere, a causa dell'elevato numero di buyer e giornalisti (anche se poi, a dire il vero, non è raro vedere una grande quantità di imbucati, oltre fortunatamente gli studenti delle scuole di moda). Un esempio riguarda il brand Daniela Gregis, che da diverse "tornate" sfila nel calendario della donna sovrapposto a Prada: si tratta di un marchio di nicchia, i cui compratori sono essenzialmente boutique che fanno ricerca sui trend d'avanguardia. Senza contare che c'è anche lo show collettivo di Nude e che, dopo il debutto del cinese Ji Wenbo sulle passerelle maschili della

primavera-estate 2014, altri nomi emergenti stranieri hanno presentato richiesta di ammissione.

In alternativa, un'opzione potrebbe essere quella di ridurre a 45 minuti la distanza fra uno show e l'altro: possibile se le location risultano "attigue", se gli addetti ai lavori non si attardano a bersi un caffè e le case di moda non scelgono modelli che sono già impegnati nello slot precedente al loro (cosa che sarebbe vietata dai regolamenti, ma che è ampiamente disattesa).

Sulle location e il via-vai di Mercedes scure, sponsor della Camera della moda, da una parte all'altra della città - con impatto sul traffico e sull'inquinamento - sono stati scritti fiumi di inchiostro. Chi ha uno spazio di proprietà, ovviamente, non intende spendere soldi per l'affitto, e molti fra quelli che sono in affitto sostengono di avere vincoli pluriennali con i locatori che non possono essere cancellati.

Resta il fatto che, come sempre, anche in questo caso occorre davvero fare sistema. Il che significa fare un passo indietro deciso sul proprio interesse rispetto a quello della collettività. Una scelta complessa per ogni imprenditore, e ancora di più per quelli del settore moda, in cui l'individualismo e l'egocentrismo regnano sovrani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA