

Mohair e jersey per capi smontabili

Dal gessato alla giacca lunga come un trench: pezzi dalla doppia (o tripla) vita



MILANO «Prima il guardaroba maschile era monotematico, casual o formale. Oggi c'è libertà di interpretazione. La nuova moda ha uno sguardo al passato nella forma, ma viene reinterpretata secondo associazioni nuove, influenzate dallo street style». Da Dondup, Ivan Tafuro, il designer che lavora in coppia con Giacomo Morelli sotto la direzione di Manuela Mariotti, spiega agli uomini i nuovi capi ibridi. Pezzi che anche quando sembrano tradizionali nascondono qualcosa di particolare e divertente. Possono vivere di vita propria e travalicare le generazioni. Le nuove mischie di colori rinnovano il doppiopetto nei tessuti d'ispirazione British. Il pantalone da jogging millerighe è indossato con la giacca in macro resca Mohair e felpa in Shetland con applicazioni patchwork. Lo stesso tessuto creato per l'abito diventa agugliato in panno per il cappotto.

I toni del prossimo autunno inverno sono quelli dell'eleganza vera: petrolio, grigi, verdi, bordeaux. Andrea Incontri rinuncia ai modelli e sceglie di presentare la collezione sotto forma di maxi pannelli foto-

grafici con i pezzi che compongono l'armadio «rigoroso»: completo gessato melangiato blu scuro e bordeaux, bomber in panno loden con maniche di nappa, giacca fianelle lunga come un trench sul pantalone dello stesso tessuto. Anche Eleventy convince gli irriducibili a indossare il gessato con giacche e pantaloni in jersey. Il gilet e la giacca in camoscio sono stretch per un

confort che esalta il corpo.

Un tempo i vestiti si adattavano al ceto sociale, oggi devono piegarsi ai capricci del tempo. È pensata per le mezze stagioni la capsule di capi mutanti made in Japan che Woolrich fa firmare al giapponese Kojimi: la giacca da caccia in materiale morbido con leggerissima imbottitura; la giacca camicia reversibile check in poliestere da un lato e lana dall'altro. Sono made in Italy i capispalla della pistoiese Uptobe. Il Raincoat Trench grigio in lana tecnica e il cappotto in pied de poule hanno l'interno — staccabile — in nylon leggerissimo imbottito Thermorem colorato a tinte brillanti, bluette e verde.

Sport e formale, stile outdoor e urban si fondono anche da Paul & Shark che sperimenta l'eco cashmere e l'eco pluma mentre festeggia i 40 anni del suo maglione idrorepellente da marinaio con packaging artistiche in edizione limitata. I toni del bosco arrivano anche sugli accessori. I Fratelli Rossetti, nella ex dimora di Luciano Visconti, presentano i nuovi mocassini nelle tre versioni: con nappe, frangiona e fascia

con sorriso, dal bordeaux al verde, dal blu all'ocra, ripetuti anche sulle suole in gomma leggera rialzate anche da un carrarmato. «Anche l'uomo ora vuole stare in alto», assicura Diego Rossetti.

Il lusso oggi è la libertà. Freedom è la scritta che dà un tocco pop ai borsoni di Bertoni 1949. L'azienda d'alta pelletteria rende modernissimi i bauli e trolley neri decorandoli con fiori rossi. Ibridazioni di stili, materiali e culture. Contro i pregiudizi Stella Jean ha fatto indossare la sua moda che mischia tessuti British e stampe africane a giovani figli di etnie diverse. Fa incontrare Oriente e Occidente anche la griffe turca Les Benjamins con la collezione Ottoman punk presentata al Circolo Filologico, t-shirt ricamate e cappotti rigorosi nello stesso giallo ocra. Prima volta a Milano anche per l'uzbeko Ferutdin Zakirov che dopo lo showroom aprirà in città la boutique per businessman: «Ho convinto un artigiano che fa scarpe su misura per i corazzieri a creare un prêt-à-porter per me».

Maria Teresa Veneziani
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Nuove aperture



Manuel Ritz, debutto a Milano

Primo flagship store di Manuel Ritz a Milano. Un bel traguardo per il brand e primo step di un piano strategico volto ad una crescita del marchio verso i mercati internazionali.

Trussardi

Gaia e lo show con i musicisti «Vestirli è complicato, ma utile»

MILANO Gaia Trussardi alza il tiro e usa la moda per parlare di spiritualità. Alla Pinacoteca di Brera, nella stanza della classicità, una decina di giovani musicisti si sono esibiti nelle cover di brani celebri come Knockin' on Heaven's door di Bob Dylan, Life on Mars di David Bowie, Tears in heaven di Eric Clapton o ancora What's going on di Marvin Gaye. La moda è presentata con discrezione dai ragazzi con i loro strumenti davanti ai grandi quadri. Cantano a turno, come musicisti di strada. Visibilmente emozionati come Francesco Chimenti, 27enne che interpreta Losing my religion dei R.E.M. Capelli lunghi neri, indossa gilet e

pantalone in velluto a coste grosse su una camicia stampa cravatta e con la cravatta foulard un po' settecentesca dello stesso disegno. O Marco Fanciullini di Arezzo alla batteria con giacca in pelle color mattone accanto a Niccolò Bolchi, autore milanese in giacca in lana tweed e panciotto. Si esibiscono in Walking on the Moon dei Police. Assicurano che sono stati rispettati i loro gusti. «È più complicato vestire i non modelli, ma è utile perché poi i vestiti devi venderli alle persone», spiega Gaia Trussardi. La collezione punta sui pezzi classici riproposti in modo un po' anarchico. Come la giacca stile Paul McCartney che sembra tweed



e invece il Principe di Galles è stampato sul velluto a coste grosse. Il bomber di montone intrecciato ricorda un check, la giacca in capra di Dylan qui è in cervo morbidissimo con le impunture della guanteria. E poi tanti panciotti, anche nella stessa stampa di camicia e cravatta. «La moda non è un modo è un mezzo, come uno spartito serve per scrivere la propria musica e veicolare un messaggio», continua la designer convinta che la moda elitaria, escludente, sia finita. Dice di aver selezionato i musicisti-modelli con audizioni su Internet. «Sono arrivati 500 video. Ne ho incontrati una trentina, poi il numero è sceso a 12. Abbiamo lavorato insieme alle cover». Vuole tornare a cantare? «Ci sto pensando».

M.T.V.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Pieghe



di Gian Luigi Paracchini

L'alternativa ai modelli (troppo) veloci

Uno dei concetti ricorrenti nella moda è la velocità. L'idea ispiratrice d'una collezione, poi proposta in una sfilata, le modalità con cui le cose nuove rimbalzano sulla Rete (spesso in tempo reale), trovano impronta comune nella rapidità. Perfino l'andatura di modelli e modelle cresce in modo esponenziale: il passaggio da backstage a postazione-fotografi si deve contenere in X secondi netti e ovviamente senza precipitare dalla passerella, anche se su certi tacchi e scarpe extralarge non risulta semplice. Ecco perché è ormai impossibile veder sfilare gente che sorride: un po' perché gli stilisti lo considerano terribilmente cheap ma soprattutto perché quei poveretti sono preoccupati d'andare troppo lenti. Fra l'altro velocità dovuta, perché i calendari si comprimono, gli impegni si tamponano e manca la via d'uscita. C'è poi il discorso sul target dei destinatari delle novità che per quattro volte l'anno moltiplicato quattro sedi principali (Milano, Parigi, New York, Londra) più altri appuntamenti, vengono riversate sul mercato: uomini e donne dinamici, indipendenti, sempre in viaggio, curiosi di scoprire, irrequieti, insomma perennemente in movimento. Ecco perché, a proposito di sfilate maschili, un'ode al casalingo come quella vista da Fendi, merita una riflessione come naturale per tutto ciò che sia raro. Qui per casalingo non s'intende certo il tipico esemplare maschile con barba lunga e catalizzato dal calcio in tv, ma un pretesto, spiega la nota della maison, per esprimere «un'idea di lusso privato che convive perfettamente con la frenesia metropolitana».

Le maglie sono un patchwork di fili con dominio del bianco e del nero, spesso mischiati. Un dettaglio: sono rovinate sui bordi, perché oggi la nuova moda premia l'errore non la perfezione

I tessuti dei completi eleganti del passato diventano quasi agugliati per assumere un aspetto più vissuto e tridimensionale

Corriere.it/moda
Personaggi, collezioni e tutto quello che ruota attorno alle sfilate di Milano nel Canale moda del Corriere

© RIPRODUZIONE RISERVATA