



Venezia da vivere, non dorme e ovunque la moda riparte



MODI E MODA di

Luciana Boccardi

Blog

>

Modi e ModaSabato 29 Maggio 2021di Luciana Boccardi

Aria di "rinascita" a Milano dove l'assenza delle sfilate - spettacolo e di eventi speciali, aveva lasciato un lutto pesante. Stampa e ospiti privilegiati - orfani per troppo tempo di eventi mondani e incontri vip - possono salutare il ritorno di Giorgio Armani che sarà il primo a ripresentare la sua moda "in presenza" (come era stato il primo a decidere di chiudere tutto a inizio di pandemia). Seguono eventi e ripresa di fiere: riaprono **Cosmoprof**, Modit, Il Salone del Mobile (ridimensionato ma presente), a Firenze, Pitti torna in presenza con le sue rassegne internazionali. Fuoco alle polveri da Milano dove si annuncia imminente la moda maschile con sfilate in presenza e incontri ravvicinati come quello in programma con la Fashion week nella quale si distingue Eleventy con un evento (accompagnato anche da breakfast) in programma il 19 giugno prossimo. Venezia torna a occupare un posto importante nella vetrina di moda più credibile con una manifestazione ("MODA VENEZIA FUTURO ") per la regia di Laura Scarpa e Lorenzo Cinontti di VENEZIA DA VIVEREi) voluta da CNA nell'Hotel Sagredo che l'ha ospitata con la sfilata di prodotti tra sostenibilità e design contemporaneo, firmati da 35 artigiani e 22 brand veneziani. Un modo intelligente e diretto per lanciare il prodotto di molti artigiani nella certezza che il popolo della moda vuole sicuramente un ritorno alla qualità, al merito. Non mancano nel nuovo calendario-moda le sfilate "cruises", come quella di Dior che sfilerà all'ombra del Partenone in presenza di pubblico "selezionatissimo che porterà ad Atene il fior fiore della mondanità internazionale". Il fattore snob (il famoso punto S sul quale si stanno arrovellando i cervelli della pubblicità) sembra rivestire ancora grande importanza per l'immaginario spettacolare delle grandi griffes, ma molti sostengono che in realtà oggi rischia di rivelarsi vintage se prendiamo in considerazione nuove formule, forse anche nuovi stili di vita. Vincerà chi saprà intuire la nuova via post Covid che non può appagarsi solo dell'idea certamente vincente della "ripartenza", le "riaperture", i...ritorni. Qui più che guardare indietro bisogna saper guardare avanti. Veniamo da una moda che faceva fatica a imporre nuovi look e per vincere aveva puntato sullo stupore, sulla protesta anti-establishment affidata allo chiffon, alle paillettes, ma soprattutto al trasgressivo, l'anomalo legittimato, sugli spot con baci rubati tra donne o tra uomini (che stanno costando ahimè sanzioni pesanti per Dolce & Gabbana in Russia dove il suo spot gender è severamente sanzionato). La moda di domani vorrà ancora tutto questo? Non basta la gioia della ripartenza: ora è necessario capire dove si vuole arrivare e con che treno, aereo o razzo interplanetario alla divulgazione di un prodotto, di un'idea, di una proposta. Non dimentichiamo gli sforzi disperati di stilisti e manager in cerca di "novità" per agganciare il pubblico prima che scoppiasse il coronavirus. E non dimentichiamo neppure che esistono oggi fenomeni nascenti come le "influenze": il mito miliardario di Chiara Ferragni, nuovo imprenditore influencer, o la tecnica del consorte Fedez, lanciatissimo nel mondo del business e protagonista di uno dei recenti urli di protesta in TV che ha contribuito a portare al "ribelle" consistenti adesioni finanziarie per il suo budget. C'è del metodo - come direbbe Shakespeare - anche nel gridare spettacolarmente genuino di Fedez e company?



Il mondo della moda sembra essersi soffermato poco sulle recenti dimissioni di Angela Missoni dal ruolo di direttrice creativa della Maison , più attento alla continuità di sempre del brand che ha provveduto a rimpiazzare subito il vuoto stilistico lasciato da Angela dopo trent'anni e oltre di totale dedizione alla griffe di famiglia. La "stanchezza" dell'instancabile figlia di Ottavio e Rosita merita però una lettura più accorta. Angela forse ha capito che le cose stanno cambiando davvero , che "ripartire" è fondamentale ma non basta. E ha capito anche che nessuno sa davvero dove andremo a parare . Il lavoro del nuovo corso sarà duro e delicatissimo con la caduta certa di alcuni miti e il sorgere di altri orizzonti, forse finora neanche immaginati. Per continuare a saccheggiare Shakespeare , diciamo con Amleto: "questo è il problema." Ultimo aggiornamento: 22:30© RIPRODUZIONE RISERVATA

