

IN PILLOLE

**Solare**

La maglia girocollo in lana di Drumohr con disegno a intarsi all'over, in 9 diverse tonalità. Collo, fondo e polsi a costine

**Tonalità «tegola»**

Per la giacca di Giannetto Portofino, in drill di cotone con trattamento stone wash e tasche a pattina

**Riciclata**

Puffy jacket di Esemplare in nylon ultra-light spalmato tinta argento. Imbottita con l'innovativa piuma sintetica Ecodown Fibers 100% fatta da bottiglie di plastica

**Supercaldo**

Parka in piumino di Add in nylon ultralight con bordo del cappuccio in pelliccia amovibile. Massimo isolamento termico, ottimo rapporto calore-peso e capacità di recuperare volume a seguito di compressione

**Variazioni di colore**

Nuovo look per le giacche di C.P. Company: sono in Quartz, un nylon multifilamento, che crea variazioni di colore mescolando trama e ordito

LE PROPOSTE PER IL PROSSIMO GRANDE FREDDO

Un guardaroba frammentato

Fine dei trend, vincono i capi ibridi

E lo scozzese si fonde con il Galles

GIANLUCA LO VETRO

Frammentazione. Il macro fenomeno che secondo il sociologo Francesco Morace del *Future Concept Lab*, sta caratterizzando la contemporaneità, si riflette nelle collezioni di Pitti.

Altro che le tendenze di un tempo: ora persino ogni singolo capo sfugge alle classificazioni tradizionali in una rassegna di pezzi ibridi.

Royal funk

Prendiamo per esempio, lo sti-

le scozzese a macro check che imperversa quest'inverno: perdura, ma virando verso il Principe di Galles della city. Il bello è che per l'anno prossimo si trova ri-mescolato come nel *Royal Funk* lanciato da Manuel Ritz: «Un british fit (vestibilità inglese) - precisa Luca Palmucci del brand - con elementi da neve fusi a pied-de-poule. Soprattutto nella maglieria sotto le giacche».

Inversione del clima

Sarà per la cosiddetta «inversione del clima», (freddo in

pianura e caldo sulle vette) ma il gusto di montagna scende in città. «Specialmente nelle fantasie dei maglioni e nei dettagli tecnici come i polsi di maglia a coste - osserva Giampiero Colombo designer di Hawana & Co - Come se non bastasse ricorre l'anniversario delle Olimpiadi di St Moritz del '48». Morale: «La neve in sartoria - continua Colombo - introduce il nuovo sport chic invernale».

Boschi urbani

In questa frammentazione, la cara, vecchia, K-Way non è più

una cerata pieghevole da escursione fuori porta, ma l'archetipo d'ispirazione di un *hanorak* imbottito che arriva a metà coscia, ideale per lo scooter. E a proposito di giacconi, nel classico Woolrich di nylon irrompono due intarsi di tessuti a quadri in materiale buffalo distintivo delle coperte del brand. Per un effetto bosco metropolitano.

Jacket set

La giacca? «Ormai - chiosa Rossana Santoni di Paoloni - è un segno del cambiamento generale dell'abbigliamento maschi-

le». Non a caso il brand, oltre a una linea femminile, a Pitti lancia una capsule di maglieria basata sulla *Pull Jacket*: un blazer a treccie con 4 punti diversi. Per non dire che certe giacche Principe di Galles sono coordinate al girocollo in una sorta di twin set maschile. Lo chiameremo *jacket set*?

Dal biscottino al bomber

Ormai di maglia sono anche i capi spalla, tipo il *liknit* di Lardini costruito come il tubolare di una calza. Non a caso Drumohr, storico marchio di maglieria fonda-



1



2



3

1. Una proposta di Manuel Ritz; 2. Il giaccone di Woolrich; 3. Lo spolverino di Tagliatore in velluto; 4. Il K-Way Anorak di lunghezza media con maniche raglan e cappuccio fisso, dalla vestibilità confortevole; 5. Una tenuta comfort-chic di Brooksfield; 6. La giacca-cardigan in maglia di Paoloni; 7. La camicia di Bagutta

I brand sartoriali di Lubiam

“Cerchiamo l'equilibrio fra calore e leggerezza. E c'è un tocco punk”



«Ogni collezione è una tela che dipingiamo con intenzioni ben precise: rispettare la nostra vocazione all'eccellenza, raccontare la passione e l'impegno per il nostro lavoro. La tecnica però non basta, è la scintilla creativa a fare la differenza» dice Giovanni Bianchi, direttore Ufficio Stile di Lubiam, una delle poche realtà italiane che ancora oggi è in mano (con la 4ª generazione) alla famiglia del suo fondatore, Luigi Bianchi.

Cosa presentate al Pitti?
Per la collezione Luigi Bianchi Mantova Sartoria abbiamo cercato l'equilibrio perfetto

fra calore e leggerezza nel peso dei tessuti. Si è dato ampio spazio a capi sfoderati per dare il massimo comfort nella vestibilità.

Must have di stagione?

«E' il cappotto, in una grande varietà di modelli, anche imbottiti».

E per quanto riguarda il marchio L.B.M.1911?

«Il fil rouge è la morbidezza, che si può trovare nei tessuti caldi ed extra soft, oppure nelle mischie di lana, cotone e cashmere. Un grande ritorno è quello dell'abito, sia nei modelli più classici che nella variante *street in velluto*».

Che cosa ci racconta del progetto Marras?
«Questo progetto è nato un po' per caso (un caso fortunato!),

e forse proprio per questa sua genesi spontanea ci sta regalando grandi soddisfazioni. E' stato ed è un piacere collaborare con Efisio Marras (figlio dello stilista Antonio, ndr), che oltre ad aver avuto un percorso in azienda simile al nostro, ci ha permesso di indagare e scoprire potenzialità che non avevamo ancora esplorato appieno. Oltre al risultato - una collezione innovativa, che definiamo *Sartorial-Punk* - credo che il valore aggiunto di questa collaborazione sia anche nelle sinergie che sono nate all'interno del team che ha lavorato sul progetto. Abbiamo osato più del solito creando 9 look dove i protagonisti sono i capispalla». E.D.S. —

© BY NEND ALUMINUM DOTT. ROSSANA

to nel 1773 in Scozia e amato dall'avvocato Agnelli per i suoi maglioni a fantasia biscottino, estende la sua creatività a capi spalla come il bomber in cashmere effetto panno.

Dolce la vita con la panna

Passapartout di questa voluta confusione, il dolce vita tinta panna - erede della T-shirt estiva e gioia delle lavanderie - che nella versione grigia si accompagna agli ampie soprabiti di tartan. Brooksfield docet.

Del resto dopo un'estate in maglietta anche con lo smoking, non è facile rispolverare la camicia con la cravatta. I disegni di quest'ultima però, tornano sulle Tie Sock di Bresciani a micro motivi. Alle quali per contrasto si affiancano i rudi calzettini a coste in quattro fili di cashmere, da scalatore a sette stelle.

La camicia perde il collo

Ma allora, la camicia che fine fa? «Perde il collo per assomigliare alle magliette», risponde Antonio Gavazzoni. Detta così, però, è troppo facile. «I nuovi modelli - prosegue il deus ex machina del gruppo Bagutta - possono essere girocollo proprio come una T-shirt o avere una coreana con un listino più

alto che veste come le classiche camicie con collo a due punte. Queste semmai, sono a quadri scozzesi ma stampati su tela denim». «Tanta polverizzazione - sottolinea Morace, in libreria col volume *Futuro + umano* (Egea) - è lo specchio di una contemporaneità dove le personalità sembrano sbriciolarsi e appiattirsi in una nuova generazione senza nerbo». Ad ogni azione, però, corrisponde una reazione. «E allora - incalza Morace - ecco i fenomeni di radicalizzazione sino al trap: la moda delle tribù di Sfera Ebbasta».

L'impeccabile Tagliatore

Certo a Pitti non siamo a un concerto della nuova generazione del rap col collo tatuato come Fedez e i gioielli vistosi. Però la dice lunga, la sorprendente esplosione di colori catarifrangenti come l'arancione, non caso parente del giallo dei nuovi contestatori francesi. Persino l'impeccabile Tagliatore nel suo progetto 4T (Tessuti Tagli, Tradizione, Territorio dal quale sboccia il nuovo logo del quadrifoglio), esplora il blu elettrico per un cappotto in velluto da rocciatore. Segno che sopravvive la voglia di distinguersi. Donde, l'aggettivo «distinto». —

© BY NINO ALDINI DIRITTI RISERVATI

L'eleganza mutuata dal re del cachemire

Cucinelli: "Tutto morbido anche mezza taglia in più"

INTERVISTA

MARIA CORBI
ROMA

«L' e feste servono per dare ordine all'anima, come diceva Sant' Agostino. Per me sono sempre un bellissimo momento». Se pensate che l'ottimismo sia una categoria fuori moda, sbagliate. Basta farsi una chiacchierata con Brunello Cucinelli per avere un'esperienza di positività. Ma insomma, Brunello, lei riesce a vedere il bello e il buono anche in tempi come questi.

«Basta considerare come eravamo 30 anni fa per capire che il mondo è migliorato». Beh, adesso ci sono spinte ad andare indietro, sui diritti prima di tutto.

«Ma no. Sono urla isolate. Pensate a 30 anni fa e a come eravamo come genitori, alla durezza con cui si educavano i figli, alla sofferenza che veniva imposta alle donne, ma anche ai gay. Non mi dica che oggi la situazione non è migliorata e di molto. Siamo tornati a riflettere e questo è sempre positivo. Abbiamo bisogno di riscoprire i valori della vita, del creato, dei rapporti».

Allora torniamo a parlare di moda, ma anche del sistema economico. E dell'Italia che è in un momento di crisi, soprattutto di credibilità internazionale.

«Abbiamo perso un filino di credibilità, è vero. Sono appena stato negli Stati Uniti a fare un road show come azienda quotata e non posso negarlo. E quindi l'investitore per sua natura sta un po' al palo. Ma tornerà. E abbiamo comunque ottime prospettive».

Tante persone rimangono senza lavoro.

«Abbiamo capito che non possiamo più produrre manufatti di basso livello, ed è lì che abbiamo perso occupazione. Noi dobbiamo realizzare manufatti di alta

qualità e in tutti i settori e recuperare così l'occupazione». Non vorrei insistere sulla negatività, ma non le sembra che in questo momento ci sia molta tensione sociale e politica?

«C'è un fastidioso clima di odio sociale, di rabbia, intolleranza e a volte non si capisce neanche verso cui. È tipico dei momenti di cambiamento. Abbiamo bisogno di ritrovarci». Lei è considerato una bandiera del capitalismo etico.

«Ormai è un dovere e una necessità».

E veniamo a Pitti e alla sua collezione

«Tutto molto più morbido co-

me se tu avessi comprato mezza taglia in più. Il pantalone è vicino alla caviglia ma non corto. I colori sono neutri e anche la tonalità è smorzata con dentro del grigi e del beige. Un uomo chic, giovane, che ama stare comodo e nello stesso tempo ben vestito».

Uomini sempre più narcisi? «Nell'era dei post gli uomini vogliono essere curati e quindi hanno voglia di avere abiti contemporanei».

I social condizionano. Una prigione?

«Oggi la tua immagine si massifica rapidamente e tutto ciò che è in rete non si cancella più. Quindi per essere credibile devi essere vero e la rete è impietosa. È un amplificatore che non si dimentica di nulla e con cui dobbiamo fare i conti. Io so cosa hai detto tu 30 anni fa su quel tema. È un nuovo modo di vivere». —

© BY NINO ALDINI DIRITTI RISERVATI



Un capo di Brunello Cucinelli

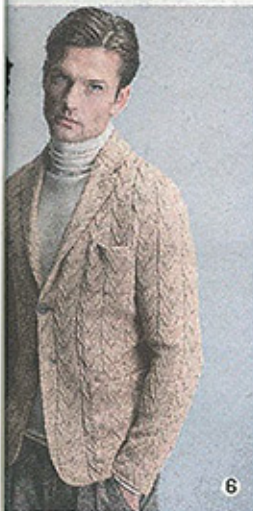
FOTO CUCINELLI



4



5



6



7

Il progetto digital di Doucal's Atmosfera da club anglosassone fra mocassini e sneaker formali



ntorno a un paio di occhiali che registrano immagini del mondo da trasmettere anche a chi non vede, ruota la storia del film *Fino alla fine del mondo* (1991) del geniale regista Win Wenders. Ora quella visione profetica è la realtà del progetto 4.0 di Doucal's, realizzato con due dipartimenti dell'Università Politecnica delle Marche.

Protagonisti dell'operazione, un paio di occhiali smart indossati dagli artigiani, mentre compiono i 140 passaggi necessari a produrre un paio di calzature Doucal's. Il congegno, dotato di micro camera, riprende le fasi di lavorazione in tempo reale. Quindi, i filmati vengono trasmessi a un sistema che standardizza il processo pro-

duuttivo. Obiettivo: digitalizzare in una banca dati, le abilità manuali dell'artigiano, per tramandarne le competenze alle future generazioni. L'azienda di Montegranaro nelle Marche realizza così un progetto volto a costruire una inedita cultura calzaturiera.

Doucal's nasce nel 1973, dalla famiglia Giannini. Il marchio viene registrato da Mario Giannini in omaggio alla sua passione per le calzature inglesi che lo aveva spinto in Inghilterra, nel *British Shoe Manufacturer District* per uno stage sull'*hand-made good year*. L'esperienza segnerà un profondo cambiamento nelle costruzioni e nello stile delle calzature del brand.

Oggi più che mai, nell'ultima collezione a Pitti si respira

un'atmosfera da club anglosassone anche se colori e materiali sono mescolati in quelli che vengono definiti ibridi formali, in linea con il mix dell'abbigliamento ma sempre con l'aplomb del marchio. Grande spazio ai colori dal verde al blu ma stonati, vale a dire sfumati. Mentre, fra i pellami, irrompono tessuti inglesi come il tweed, il bouclé e la lana classica.

Curiosità: tra scarponcini da rocciatore chic con interni di montone, arrivano le sneaker formali, costruite come scarpe stringate con tanto di punta traforata a coda di rondine. Sarà la volta buona che anche i signori in giacca e cravatta potranno indossare le scarpe da tennis. G.L.V. —

© BY NINO ALDINI DIRITTI RISERVATI

IN PILLOLE



Tabacco

Dopo l'acqua di colonia, la linea barba e la candela, la storica Farmacia di S. Maria Novella lancia due nuovi prodotti al tabacco: la crema fluida e il bagno schiuma



Bianco rosso blu

Vuarnet esordisce a Pitti intitolando alla rassegna un piumino limited edition in color block che celebra le origini francesi del marchio pioniere del lifestyle alpino



Per lupi di mare

La giacca realizzata, all'esterno, con l'originale vela spinnaker North Sails restituita alle vele e riutilizzata per la realizzazione dei capi. L'interno, invece, è foderato in jersey imbottito



Nell'armadio eco

Tutto firmato Gant: pantaloni in denim stretch, maglie in lambswool, camicia in fantasia check, gilet smanicato con imbottitura 100% riciclata, scarponcini in pelle impermeabile



Dettagli retrò

Per il pantalone a vita alta di Berwick con pincers, in tela di lana disegno black watch