

# tempo di MARSALA

a cura di *susanna bonati*



**2015** anno combattivo in cui il colore marziale del marsala può esserci **alleato**. Tempo di terra, di calore **forte** di **azione**.

Partiamo da un assoluto; è una delle mie tonalità preferite. Quella del "marsala", intendo: né rosso né marrone, né acceso né spento. Soltanto caldo. Molto caldo. Privo di ogni spigolatura, trovo sia un colore nutriente in generale; per la mente e per l'anima. Riflessivo, ecco, parecchio riflessivo, a volta riflettente. Di una eleganza straordinaria sta tra l'impetito rosso cardinalizio e il cugino povero marrone terra; traendo da entrambi la forza che evocano senza picchi di stizzosità o profondità volgari. Lo amo, è semplice. Lo amo di un amore maturo, che non è più quello per il porpora marziale, guerriero, sempre teso e con le spalle ricurve che reggono la lancia; lo amo con calma. Quella che, pare, dovrò avere in questo 2015 tutto in evoluzione. Una calma che non ho mai avuto, ma che, evidentemente, sono chiamata ad imparare. Ah, già! Il mio colore, il colore marsala, appunto, è anche colore di tendenza di quest'anno. Che fortuna. La calma che imparerò ad avere sarà anche, un po', merito suo!  
lo mi ci tuffo; venite?.



Moda, glamour, accessori, tendenze. Tutti caldi e avvolgenti come una coperta di colore.

## ...significando

Il colore dell'anno 2015 secondo PANTONE è incupito e desaturato; perde la vigorosa ed erompente lucentezza del rosso/arancio, ma rappresenta maggiormente la calda e rasserenante atmosfera casalinga (i caldi colori del vino, della convivialità, dell'accoglienza) e i toni della terra. S sofisticato, stabile, risulta meno aggressivo del rosso saturo ma più profondo e meditativo. Nell'anno dell'EXPO la scelta di un colore così meditativo e legato alla terra è senza alcun dubbio il richiamo immediato alle polveri, alle cortecce, alle foglie.

(TRATTO DA FACTORYSTYLE MAG, DI MONICA SANPIETRO)



## Agata Patrizia Saccone

Esperto di moda ed economia, Direttore Responsabile di M IL MAGAZINE, è da quindici anni ambasciatrice della moda in Sicilia. Nel 2013 è stata insignita del primo Premio intitolato a " Franca Freme" per l'impegno profuso negli anni ad esportare la bella immagine della Sicilia attraverso il connubio moda e cultura. Nel 2014, sulla scia di 14 anni di successi, ha ideato la prima rassegna dedicata alla moda scegliendo come location la lussuosa e mondana Taormina-TAOMODA abbinata ai TAOAWARDS. Figura professionale di riferimento per chi opera nel mondo della moda, nel giugno 2014 è stata annoverata nella Top 4 delle Signore dello stile italiano.  
www.m-ilmagazine.it | www.taorminamoda.it



### Che cosa ne pensa una giornalista ed esperta di moda come te del colore MARSALA?

Da siciliana non posso che essere entusiasta! Il colore del 2015, oltre ad esprimere una forte energia, è accogliente come la mia terra e ritengo che possa costituire attraverso l'universo fashion, ma non solo, anche un'importante promozione, quindi un indotto turistico ed economico, per la Sicilia e per Marsala, città di produzione del vino liquoroso scoperto, a quanto pare, dall'inglese John Woodhouse.

### In quale griffe lo hai visto meglio coniugato?

Innanzitutto ritengo che, a differenza di quanto si possa pensare, sia un colore facilmente abbinabile. Personalmente ho acquistato delle décolleté in vernice color marsala che sono diventate una sorta di passepartout per i miei look durante le fashion week. Tra i vari outfit, ritengo che Gucci per la collezione-primavera estate 2015 lo abbia coniugato al meglio; gli accostamenti all'arancio, al marrone, all'ecru e al denim valorizzano ancor di più il pantone.

### Ti piace?

Assolutamente sì! E' tra i miei colori preferiti e si adatta bene al mio incarnato lunare e ai miei lunghi capelli bruni, non a caso l'ho scelto, oltre che per il mio guardaroba, anche per il mio make up in occasione del recente Festival di Sanremo. Ebbene, vi confido che non riesco più a fare a meno del mio rossetto color Marsala!

### Perché pensi che sia il colore dell'anno proprio quest'anno?

Chissà, probabilmente in un periodo storico assai particolare probabilmente si avverte il bisogno di uno slancio di energia positiva e quale miglior input se non i colori!?!?

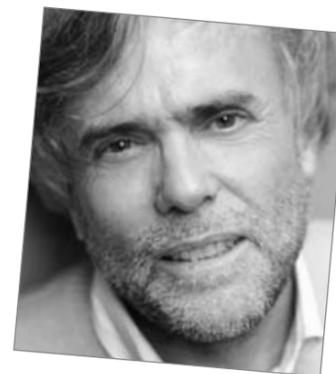
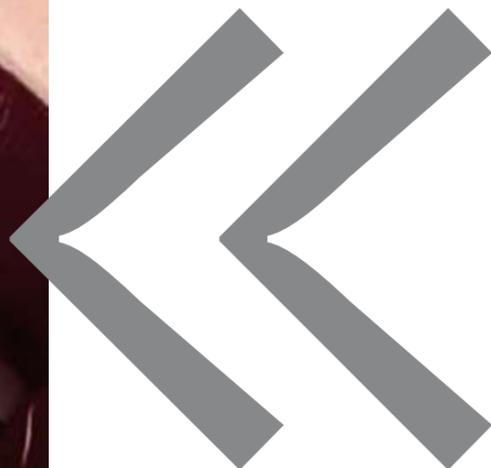
### Il tuo colore? Qual è? Perché?

Il mio colore è il rosso! Mi cattura, mi energizza, mi risveglia... Quando mi sento giù di tono l'ho indossato, da sempre per me costituisce una sorta di carica batterie, nell'anno dedicato mi piace simpaticamente considerarlo un futuro marsala!





Anche il make up non si è potuto esimere, dando a mani e labbra un sapore tutto meditativo.



# Francesco Morace

Sociologo, scrittore, giornalista Francesco Morace lavora da più di 30 anni nell'ambito della ricerca sociale e di mercato, ed è il Presidente di Future Concept Lab. Consulente strategico di Aziende e Istituzioni a livello internazionale ha tenuto dal 1981 conferenze, corsi e seminari in 20 paesi del mondo. Docente di Social Innovation al Politecnico di Milano e di Culture & Lifestyle all'Università di Trento, è autore di 20 saggi, tra cui i recenti "Italian Factor. Come moltiplicare il valore di un Paese" (2014), e "Crescita Felice. Percorsi di futuro civile" (2015) entrambi pubblicati da Egea. Ha curato rubriche dedicate ai Trend su testate di settori diversi, come Adv, Dove, Interni, Mark Up, Millionaire, You e Style.

## Le nuove tendenze: dall'immagine del touch & tastes

La mitologia delle tendenze è nata negli anni 80 con l'affermazione del fashion system e la prevalenza dell'immagine sulla sostanza. I consumatori rimanevano affascinati dal total look che gli stilisti proponevano, accettando passivamente i diktat della moda. È questo il modello che ha fatto felici semiologi e pubblicitari, imponendo l'idea che il mercato non è altro che immagine e comunicazione. Questa fase si è ormai chiusa nei mercati maturi, attraversati dalla crisi, per aprirsi nei paesi emergenti, e può essere definita come l'economia dell'occhio, orientata alla coolness più superficiale. Nelle economie più avanzate si sta invece affermando un modello nuovo, centrato sull'esperienza tangibile, in cui conta la capacità di "sentire" un colore o un materiale, puntando all'autenticità, all'emozione, a esperienze profonde e memorabili. Questo è ciò che nel libro Crescita Felice appena pubblicato con Egea definisco il modello del touch & taste, in cui la pura esibizione lascia il posto all'esperienza multisensoriale e al feeling che può trasformarsi in condivisione felice. Non dimentichiamoci che l'etimologia di Estetica deriva dal greco Aesthesis, che significa "sentire insieme". È su questa base che ormai emergono le nuove tendenze.



il web è ormai più imbrattato dei muri delle stazioni ferroviarie di periferia. Semplicemente è emozione. Filtrata e ristretta. Di quella, mamma mia, di cui il mondo, oggi più che mai ha una fame insaziabile. Probabilmente un caso non è che in questo periodo storico sia stato eletto colore di tendenza dell'anno. O no?

## COLORE DI TENDENZA O BISOGNO DI CALMA ESTERNA E INTERIORE?

La domanda è lecita, mi pare. Laddove la ricerca di un colore (da mangiare, da indossare, da bere, da gustare, da sognare...) non è mai casuale ma è dettata (nelle più profonde note dell'inconscio) da necessità fisiche ed emotive, possiamo ipotizzare dei bisogni addirittura collettivi che ci accomunano e che si esprimono proprio nella ricerca di una tonalità, che ci copra come la copertina di Linus e ci difenda a mo' di scudo da ciò che non ci piace. Nasce quindi prima la tendenza, o la stessa tendenza è in realtà dettata dagli umori studiati, filtrati e razionalizzati da chi sa fare il proprio mestiere di sociologo e trends hunter? Personalmente credo fortemente nell'insieme delle due, legate a filo doppio e interdipendenti come nella migliore delle tradizioni in cui stanno le cose. Sempre personalmente, se posso aggiungere, concluderei la mia ode al marsala con una bella spruzzata di un altro colore (diametralmente opposto)



Ci si veste con le forme ma anche (soprattutto) con il colore. Il colore può curare, lenire.



che mi appartiene così tanto e di cui così tanto ho bisogno: il bianco. Se è vero che il marsala è meditazione profonda con alte vette di raffinata eleganza, lo è altrettanto che il bianco è per antonomasia la pace. Auspicabilmente raggiunta proprio dopo quella flessione su stessi che non necessariamente deve recitare l'ohm a velocità sempre più sostenuta (anche se aiuta...).

Pace, pace e ancora pace.

Dentro e fuori. In pancia e in testa. ...

in cielo e in terra. Amen.

Ma alla fine, comunicatori o panettieri, ingegneri o pittori, make up artists o parrucchieri, non è quello di cui siamo tutti alla ricerca disperatamente? Incominciamo così, da qui: dalle tinte e dai colori. Chissà mai che ci si riesca a togliere di dosso evocazioni arancioni delle vittime e lugubri figure nere dei tagliateste che, francamente, c'hanno anche un po' definitivamente stufato. In alto la calma, il benessere inteso come lo stare bene; perché alla fine, è tutto lì. Poiché sono creativa, comunicatrice e visiva, consentitemi di farlo come ne sono capace e attraverso il mio linguaggio; quello, appunto, dei miei adorati colori.

Buon anno del marsala a tutti!

In natura c'è tutto. Si parte da lì e lì tutto torna. Lo stimolo dei colori naturali ci invita al rinnovamento e al bello. Cosa c'è di più marsala di un ceppo di trevisana fresca così invitante al palato e anche all'umore ben disposto?

