

**MODE, DESIGN, TEMPO, BEAUTY, HI-TECH, PASSIONI:
UN VIAGGIO NELLE NOVITA' DELLA SETTIMANA**

esercizi di stile



Shopping di gruppo, dopo aver controllato sul web che cosa si desidera acquistare

RAGAZZI EXPO GENERAZIONE CHE FA DA SÉ

“Taglia e incolla” è il motto dei 13-18enni
Nei vestiti, nella musica, nella tecnologia

ANTONELLA AMAPANE
MILANO

Non amano la griffe esibita, ma i marchi che consentono la personalizzazione. Come le sneaker Converse, Nike e Adidas. Ne vedi centomila in giro ma sono tutte differenti, corrette dal tocco «fai da te» di chi le indossa. Idem per i jeans, poco importa che siano di un determinato brand, è fondamentale però che abbiano certi requisiti (skinny, usurati e con i buchi al punto giusto). Se non li trovano, ne comprano due da H&M e ne ricavano uno come vogliono loro.

La parola d'ordine è essere uguali nella diversità. Sono gli «Expo Teen», ragazzi dai 13 ai 18 anni, perennemente connessi. Insomma, quelli che non possono vivere senza lo smartphone. Oggetto must che ha cambiato così tanto gli usi e i costumi da spingere un istituto di ricerca e consulenza strategica come Future Concept Lab di Milano a fare uno studio approfondito sul fenomeno. «Expo perché il fattore di esibizione ed esposizione, favorito dalla tecnologia digitale, influenza tutte le loro scelte - spiega la ricercatrice del Future Concept Lab Valentina Ventrelli -. Al telefonino parlano poco perché costa, in compenso chattano molto, comunicano su WhatsApp, filmano e mandano in rete su YouTube tanti momenti della loro vita sociale. Fra questi anche le esperienze di shopping. Addirittura si filmano nei camerini. Ma decidono dove andare a comprare e che cosa solo dopo essersi informati su Internet».

In testa alla hit parade dei negozi preferiti brillano gli store di make up Kiko, i grandi magazzini Bershka e H&M. Perché hanno adottato formule di vendita aggregative dove loro interagiscono, provano gli abiti, toccano i trucchi, ascoltano la musica a palla. Degli Ufo? Per niente, anzi, sono molto più preparati dei loro superficiali antenati paninari. Per esempio hanno metabolizzato una sensibilità per la salvaguardia ambientale. In più, l'accesso facile all'informazione li ha portati anche a



Effetto mimetico
Sinfonia di verdi per l'adolescente in attesa della sua compagna



Stile Anni 70
Capelli sciolti, giubbotto in pelle nera e shorts per la ragazza che ama il vintage



Il piacere di stupire
Ci vuole fegato per esibire, anziché una sciarpa o una collana, un vero serpente



Jeans e nero
Anna Luisa Capasa, fotografata dal padre, autore di queste quattro immagini

conoscere e apprezzare il passato.

«Prendiamo le icone del rock che influenzano non poco le loro tenute. Ci sono quelle nuove, tante, come Asaf Avidan, Lana Del Rey, Lil Wayne, Adele, Lady Gaga. Ma corre parallela anche una rivalutazione di quelle storiche. Vedi Jimi Hendrix, i Velvet Underground, David Bowie. Non le accettano in toto, ma sanno piluccare di ognuna i brani migliori. Una scelta che poi si riflette anche nei dettagli estetici. Prendi il giubbotto militare di Charlotte Gainsbourg, i pantaloni camouflage alla Gwen Stefani o la T-

Ennio Capasa: «Prendono qualcosa da tutti, adorano i nonni e si vestono di nero per mascherare gli sconforti»

shirt sbiadita di Kurt Cobain», sottolinea lo stilista Ennio Capasa, autore della linea giovane C'N'C e padre di due adolescenti - Anton (19 anni) e Anna Luisa (17) - che osserva da due punti di vista, professionale e familiare, questo cambiamento. Motivo per cui spesso fotografa adolescenti per la strada.

«Il taglia e incolla fa parte della loro cultura, lo dimostra il successo che riscuotono i dj, guru di questo sistema - chiarisce Valentina Ventrelli -. Si nota anche dal fat-

to che nel cinema per ragazzi non esistono più modelli da emulare, ma fonti d'ispirazione. In pratica, da uno come Brad Pitt si scippa un particolare. Il vero eroe da idolatrare è uno sconosciuto che ce l'ha fatta e lo racconta su YouTube. Ecco perché i talent-show hanno così successo fra gli Expo Teen (vedi l'ultimo, «The Voice»)».

Ecco perché ha più presa un allenatore sportivo che comunica il suo entusiasmo ai ragazzi di una star irraggiungibile. La ricerca, poi, evidenzia anche un altro fattore: l'interesse per i tempi andati. Il momento di scambio con i nonni, è diventato importantissimo. È legato all'esperienza (e quella su Internet non c'è), te la danno solo gli anziani. La narrazione li incanta. «Mio figlio dopo un weekend dai nonni pugliesi mi ha detto che voleva scrivere un libro sulle ricette di quella zona, raccontando tutte le storie straordinarie che c'erano dietro», spiega Ennio Capasa. Da lì nasce anche l'amore per il vintage. «Scovare pezzi dimenticati fra le bancarelle o riesumarli negli armadi dei parenti più vecchi è una grande gioia, significa ritrovare e difendere le proprie radici».

Il nero trionfa. «Fa parte di un linguaggio universale, è un colore in cui tutte le passioni e gli sconforti si mascherano e si mescolano. Consente di fuggire, desiderio tipico dell'adolescenza», fa notare Capasa.



Nelle due immagini in alto e in questa gli Expo Teen fotografati in giro per le città italiane dai ricercatori del Future Concept Lab di Milano

«Quel che odiano gli Expo Teen è il modello-velina, considerano l'esibizione del corpo per sedurre un espediente superato. Sono molto più liberi nei confronti del corpo, ma lo nascondono con abiti comodi. Per loro spogliarsi diventa difficile solo quando significa mostrarsi agli altri veramente, con i loro sogni e le loro paure. L'eros lo scoprono più avanti, verso i 20 anni», conclude la Ventrelli.



Non solo foto
La foto qui a fianco diventa multimediale con l'applicazione AR-Code
1. Scaricare gratuitamente l'app AR-Code per Apple o Android
2. Far partire la app e inquadrare con il proprio smartphone o tablet la fotografia qui a fianco
3. Dare l'ok: partirà un video esclusivo in cui lo stilista Ennio Capasa di Costume National e C'N'C parla del suo rapporto con la generazione degli Expo Teen

BEAUTY

Belle, e in fretta: creme all-in-one e trattamenti superveloci
Corbi PAGINA 20

PASSIONI

Stare in forma è una guerra: nei parchi di città arrivano i Bootcamp
Ferrero PAGINA 20

TEMPO

Subacquei: quando l'orologio, sott'acqua, diviene moderno
De Vecchi PAGINA 21

HI-TECH

Alla sfida degli smartphone, Htc punta forte sul nuovo One
Ruffilli PAGINA 21

DESIGN

Tra pop e futurismo, torna Gufram, storico marchio made in Italy
Negri PAGINA 22

MODE

E in questa pagina, Expo Teen, ragazzi che tagliano e incollano idee, valori, look e stili di vita