

**GENTE** Nell'economia come in politica, l'uomo cambia stile. Anche di vita

# L'ABITO NON FA PIÙ



**Cameron**

Fan dell'austerità anche nel look è il premier inglese, 45 anni (qui con la moglie Mary).



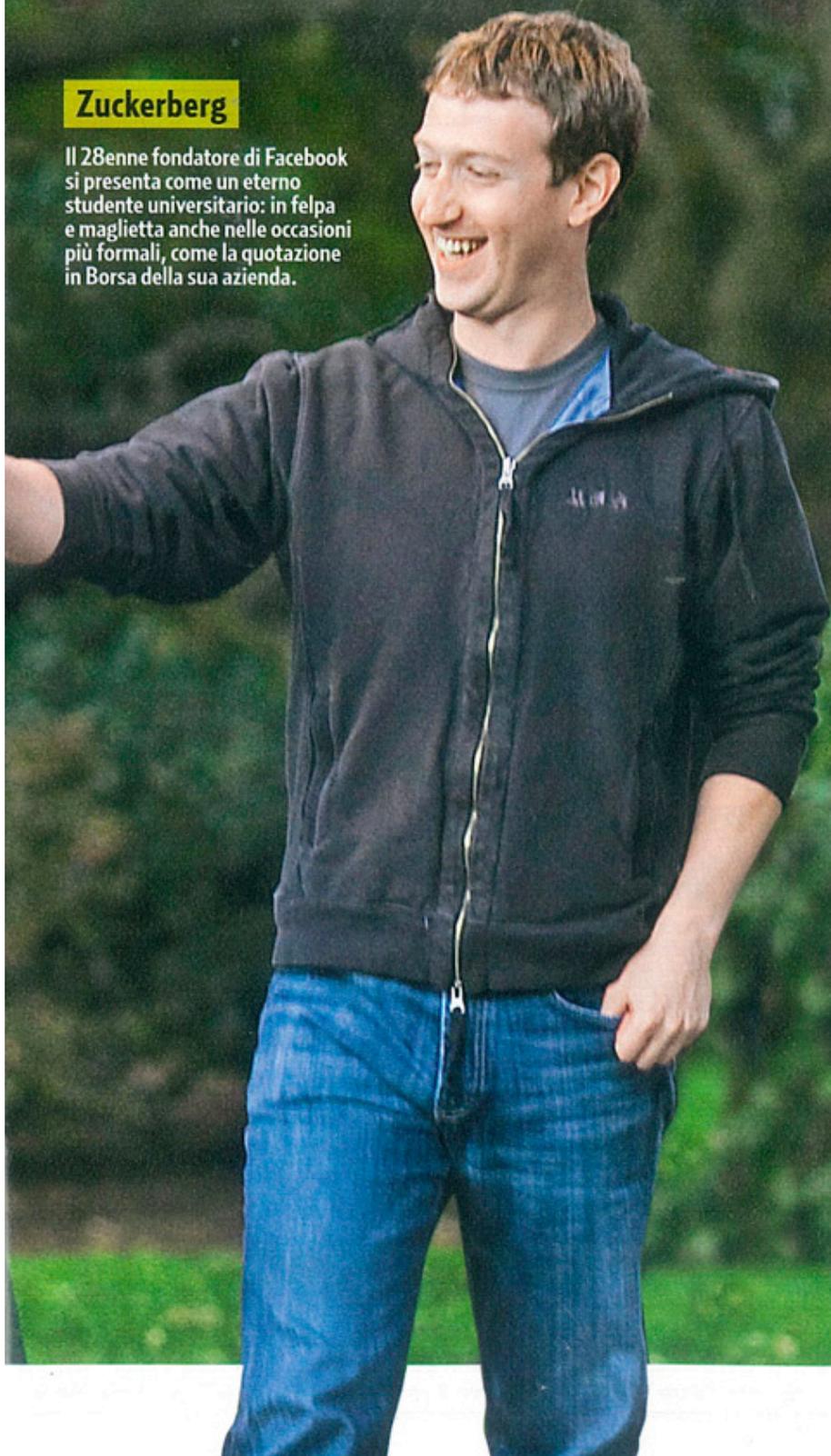
**Obama**

Camicia con le maniche arrotolate e niente cravatta: il look del presidente degli Stati Uniti, 50 anni, è sempre più "easy".

# IL MONACO

## Zuckerberg

Il 28enne fondatore di Facebook si presenta come un eterno studente universitario: in felpa e maglietta anche nelle occasioni più formali, come la quotazione in Borsa della sua azienda.



**DAL FONDATORE DI FACEBOOK A OBAMA, I LEADER TOLGONO GIACCA E CRAVATTA. IL SOCIOLOGO: «PIÙ SEI CREDIBILE, PIÙ PUOI ESSERE CASUAL»**

di Alessandra Gavazzi

**L**a cravatta? Da buttare. La giacca, magari sartoriale? Lasciatela nell'armadio. Arrotolate le maniche della camicia, tirate fuori quella maglietta che usate nei weekend. Avete una felpa con il cappuccio? Allora siete pronti per andare al lavoro. Perché la parola d'ordine della nuova leadership al maschile è una sola: grisaglia addio. Nell'abbigliamento, ma non solo. Quello che potrebbe essere scambiato per un mero fatto di look rischia infatti di farsi specchio di una vera e propria rivoluzione del modo di concepire il potere e l'imprenditoria.

A partire da Barack Obama, che sta affrontando la campagna elettorale negli Stati Uniti della crisi economica sempre più spesso *descamisado* e che ben volentieri si fa fotografare in tenuta da basket. Per continuare con il premier inglese David Cameron, grande sostenitore dell'austerità e perennemente in maniche corte. Fino a Mark Zuckerberg, che per la quotazione di Facebook in Borsa ha suscitato parecchie critiche presentandosi a Wall Street in felpa, maglietta e jeans. Spiccando tra decine di uomini d'affari in doppiopetto nero, più come uno studente in visita che come patron di un'azienda il cui valore è stimato in oltre 100 miliardi di dollari. E dunque è lecito chiederselo: da quando l'abito (al maschile) non fa più il monaco? «Da quando il potere, il successo, le capacità carismatiche di un singolo personaggio legittimano le sue scelte ▶

## L'abito non fa più il monaco

di look e non il contrario», spiega Francesco Morace, sociologo esperto di mode e stili di vita e presidente del Future Concept Lab. «Non esistono più categorie rigide e formalismi, neanche nella finanza e Zuckerberg l'ha dimostrato». Rompendo un tabù e, allo stesso tempo, lanciando un messaggio. «La sua felpa», ammonisce la giornalista Lina Sotis che sul fenomeno sta scrivendo un libro, «sembrava gridare a gran voce: "Gessati, voi che pensate di essere il potere, fatevi da parte". È l'irruzione di un nuovo modo di fare imprenditoria, ma anche uno stile di vita diverso».

Come se la cravatta fosse di colpo il simbolo del vecchio, di qualcosa che non funziona più? «È un passo oltre», continua Morace. «Perché non è quello che indossi a renderti più credibile. Sei tu, con la tua esperienza, le tue competenze, il tuo successo che puoi indossare quello che ti pare. Trasformando quel dettaglio insolito in un marchio distintivo». Qualcosa che ha a che fare, più che con la sartoria, con la libertà di buttare via un'uniforme, che sia una semplice giacca o il classico completo blu. «È una conquista legata a un potere acquisito con fatica e intelligenza», prosegue Morace. «È proprio in virtù di quel potere che hai la possibilità di fare scelte di carattere anche nell'abbigliamento, senza costrizioni».

Capostipite di questo modo di fare, ben prima di Zuckerberg, «è stato Gianni Agnelli. Quell'orologio sul polsino, però, non è diventato di moda: era un vezzo che lui solo poteva permettersi, un dettaglio di stile tra i tanti che l'ha caratterizzato», dice Morace. Questione di Fiat, probabilmente, se è vero che l'amministratore delegato del Lingotto Sergio Marchionne ha ormai adottato il maglione blu girocollo come divisa unica e inimitabile. E siccome il gusto (e l'eccentricità) deve essere un vizio di famiglia, Lapo Elkann non è da meno. Coloratissimo, stravagante sempre e comunque, il nipote prediletto dell'Avvocato non ama passare inosservato. «Lapo, nato a New York, è un mix di due culture diverse, quella italiana e quella



### Marchionne

Marchio di fabbrica dell'amministratore delegato di Fiat, 59 anni, è il maglione girocollo scuro.

### Lapo Elkann

Completo azzurro, camicia in tinta e mocassino zebra: la tenuta del nipote dell'Avvocato, 34 anni, non passa inosservata.



americana», spiega la Sotis. «L'abito maschile è solo la punta dell'iceberg, il cambiamento è più profondo». E passa dalle maniche arrotolate di una camicia per toccare l'essenza stessa dei rapporti tra le persone.

«Questo tipo di informalità», continua la Sotis, «è congeniale alla generazione social network, perché segna la fine del mondo ingessato, delle dinastie imprenditoriali. È il simbolo di una meritocrazia finora assente e piace ai leader più giovani perché allude

a una società diversa, dove conta quello che riesci a dare, non quello che appari». Insomma, il trionfo del contenuto sul contenitore, della capacità sulla forma, della maglietta sulla regimental. Rivoluzione epocale o mossa di marketing per avvicinarsi all'uomo della strada sempre più deluso da politici e reucci della finanza? C'è chi non ha dubbi. «Scegliere la giacca è ormai come darsi del "lei", conclude la Sotis. «Infilarsi la felpa è il nuovo "tu"».

Alessandra Gavazzi