

MILANO MODA UOMO

Made in Italy alla riscossa

«La crisi ha toccato il fondo, ora si risale» afferma Mario Boselli; e la ripresa parte dalla moda maschile

Antonella Rainoldi

Suvvia, diciamolo: in una fase di contrazione dei consumi e di flessione dell'intero comparto moda mondiale, non erano in tanti a scommettere che le aziende del Made in Italy - capaci di portare all'Italia 70 miliardi di euro di fatturato e 38 di esportazioni - potessero riprendere animo e reagire adeguandosi ai nuovi scenari. C'era chi, anzi, già preannunciava la fine dei diktat degli stilisti e delle grandi firme. Invece, calma e sangue freddo. E fiducia, soprattutto. A Milano, la scorsa settimana, quella era l'aria che si respirava. Anche perché i dati e le previsioni dei *Fashion Economic Trends*, forniti dalla Camera Nazionale della Moda Italiana, si sono rivelati meno neri di quanto ci si poteva immaginare. Scialbetti, forse, a segnare nel primo trimestre 2009 un arretramento del fatturato del 12% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. «Però - ci racconta il presidente Mario Boselli - se penso che pochi mesi fa abbiamo ottenuto risultati anche peggiori, questa alla fine è da considerarsi una buona notizia». Così come lo è l'aumento delle *maison* che hanno parteci-

pato alla *kermesse* dell'uomo: «A gennaio - spiega - c'era stato un calo del 20%; questa volta, con il 14% di appuntamenti in più siamo ripartiti. Significa che la voglia di reagire c'è, e che lo scenario di crisi a U che avevamo pronosticato è corretto: siamo scesi pesantemente quasi in verticale ed ora ci troviamo nella fase piatta; poi possiamo solo risalire, ce lo dicono gli indicatori. Ma la ripresa sarà comunque lenta». Il 2009 - secondo le stime dei *Fashion Economic Trends* - si chiuderà «con un calo del fatturato intorno al 6,5%, una diminuzione quindi più accentuata di quella del 2008, ma non irreversibile».

Giù i prezzi: Dolce & Gabbana danno il la

Tempo fa, quando il clima di fiducia tra gli operatori della moda era sprofondato ai minimi storici, Boselli aveva avanzato una ricetta: aggiustare i prezzi verso il basso. Perché con la crisi è cambiato il mercato, è cambiato l'approccio del consumatore, «che vuole continuare ad acquistare il Made in Italy, questo sì - ci dice il presidente - ma ha ampiamente dimostrato che non accetta più il rapporto qualità-prezzo del passato, nemmeno quando ha una buona disponibi-

lità economica». «Del resto - aggiunge - continuano a parlare l'ottimo funzionamento dei saldi esclusivi in boutique e gli incrementi del fatturato degli outlet, che nel primo quadrimestre dell'anno hanno registrato un +20%; al contrario dei negozi: a Milano, ad esempio, nello stesso periodo le vendite sono calate del 20%». Tutto ciò per dire cosa: che Boselli, stanco morto di snocciolare cifre, e ripetere la formula, spesso inutilmente, adesso si prende la sua rivincita. Gli stilisti Dolce & Gabbana, proprio alla vigilia della *kermesse* dell'uomo, hanno dichiarato a «Il Sole 24Ore» che dalla prossima primavera-estate i prezzi dell'abbigliamento del loro marchio scenderanno fino al 20%, senza per questo sacrificare la qualità ma razionalizzando l'impresa e il processo industriale.

È anche vero che un esempio non cambia il sistema; e l'effetto domino non è immaginabile, al momento. Anche perché, nei *backstage* delle sfilate, quando accennavi il tema molti preferivano glissare (non è un buon segno, francamente). Però, intanto, almeno nel caso di altri due marchi - Valentino, e Versace - quella pare essere una via percorribile. Che viene guardata con un certo interesse pure dalla Svizzera, secondo i *Fashion Economic Trends* tra i primi Paesi clienti della moda italiana.



FOTO: SL

UNA SFILATA PER TUTTI

Non s'era mai visto prima: stilisti riuniti in piazza della Scala, sabato sera 20 giugno, a mostrare tutti insieme, appassionatamente, alcuni dei più begli abiti delle loro collezioni femminili a tutti noi della stampa, ai compratori, alle personalità, alla tivù, e ai milanesi soprattutto. Che, per la prima volta, hanno potuto seguire da vicino una di quelle sfilate della moda che conta finora riservata agli operatori del settore. Tra i tanti appuntamenti dell'ultima tornata modaiola, questo era uno di quelli più attesi. Anche perché, per gli organizzatori, riuscire ad allineare, e a mettere d'accordo una sfilza di creativi - da Armani a Versace, da Beccaria a Cavalli a Ferragamo - non è stato facile (quella degli stilisti è una vita spesso pervasa dal senso di sopraffazione sugli altri colleghi, che meno vedi e meglio è). Comunque: due ore di spettacolo fra modelle e abiti da sogno sono filate via lisce, in armonia. E poi musica a iosa, anche con una Loredana Berté amatissima dal pubblico e in vena di battute: «Vi piace la mia gonna? L'ho confezionata io stessa, strappando un paio di jeans. Vi piace il mio cappello? Ho preso un vestitino da bambino, l'ho disfatto e rifatto e messo sulla testa». Traduzione: a che servono gli stilisti?

Abiti aderenti per un uomo molto giovane

Come sarà la moda maschile della primavera-estate 2010? Di qualità, innanzitutto. E all'insegna del poco ma buono, che duri nel tempo. Nel consumo del lusso, la crisi ha influito. Comunque, a prendere esempio dal presidente USA Barack Obama - definito dai media uno degli uomini più eleganti del mondo - non si sbaglia: ha detto la moglie Michelle in un'intervista alla Cnn che «lui porta ancora i pantaloni e le camicie che indossava

quando ci siamo sposati». Ecco, un po' quello è il concetto; poi viene il resto.

Visti per ogni dove: i jeans, sdruciti e puliti (Armani li accompagna a camicia-cravattagiacchetta impeccabili); i calzoni, specie stretti e corti alla cavaglia (e dal tessuto intelligente, capace di riflettere i raggi e abbassare di 10 gradi la temperatura interna, da Zegna); i bermuda, le camicie e le magliette sottili e anti-calura; i giubbotti e i giacconi e gli im-

permeabili che non si sa mai arrivino il frescolino e la pioggia, anche d'estate (Burberry insegna: la tradizione funziona sempre, pure nei momentacci).

Indumenti rilassati, insomma; per un uomo che, complessivamente, ci è parso sempre più giovane. Il signorino adotta anche uno stile formale diverso dal solito (il che è tutto dire): per il vestito blu, le giacche sono più aderenti, e corte, e le camicie e i pantaloni diventano una seconda-pelle (perfino Ca-

nali, griffe obamiana al suo debutto sulle passerelle meneghine, asciuga gli abiti, toglie stoffa al classico da città; e perfino Zegna regala al suo impeccabile ed elegante viaggiatore un'aria *décontracté*). E poi gli accessori, giovani pure quelli: cappelli e occhiali e improbabili borselli a iosa. Infine i colori: pochi scuri (nero compreso), tanti accesi (overdose di rosso) e chiari (grigio, avorio, sabbia, salvia); ma il bianco va anche di più.

MODE E MODI

Luciana Caglio

Illetterati in Svizzera: anomalia nascosta

Non fanno notizia, più di tanto, i concorsi di bellezza, avvenimenti che si dipanano sul filo della prevedibilità: con emozioni, rivalità, lacrime e sorrisi sempre uguali. Quest'anno, però, l'elezione di Mister Svizzera doveva riservare una sorpresa, insomma un numero fuori programma. Il titolo, si sa, è toccato ad André Reithebuch, ventiduenne glaronese, di professione falegname. Ciò che ha fatto tirare un sospiro di sollievo a molti cittadini elvetici; finalmente, uno dei nostri, e di quelli veri, origine contadina, parlata in schietto «schwyzertütsch» e persino una dichiarata simpatia per l'esercito. Poco mancava, invece, che vincessero un concorrente di colore. Ma, ecco che salta fuori il risvolto inatteso: ironia della sorte, questo campione di «svizzeritudine» presenta, nel suo curriculum, un neo, ed è il rapporto

difficile con la lettura e la scrittura. Pur avendo frequentato i nove anni della scuola dell'obbligo, e poi assolto i doveri militari e ottenuto la licenza di guida, André è in grado di riconoscere diverse, ma non tutte le lettere dell'alfabeto, stenta però a collegarle fra loro. Come ha confessato, non è capace di leggere e di scrivere correttamente. Un'anomalia che, di certo, non va attribuita a un ritardo mentale, bensì a una forma di dislessia o altra patologia cerebrale. In proposito si sono sprecate le ipotesi nei media, e non soltanto in quelli nazionali. Perché, naturalmente, ha fatto notizia, superando le frontiere, il particolare, sottolineato con ironia, che il più bello della Confederazione sia, in realtà, un «illetterato». Con questo termine, preferendolo a quello di analfabeta considerato persino offensivo, si tende oggi a definire una categoria di persone che ha scarsa dimestichezza con le pagine stampate, da leggere, e le pagine bianche, da scrivere. Ora che Mister Switzerland si trovi in questa condizione non ha mancato di provocare stupore e incredulità. E sono reazioni comprensibili nei confronti di un paese, piccolo, benestante, ben funzionante e oltretutto patria di Pestalozzi, orgoglioso di una secolare educazione scolastica, diffusa ad ampio raggio.

Importante è uscirne

Com'è possibile, dunque, che la Svizzera degli anni 2000 registri, fra i suoi cittadini, una presenza, sia pure minuscola, di persone che, in modi e gradi diversi, rientrano nella categoria degli illetterati? Certo, una distinzione è d'obbligo. Quando si parla di analfabetismo, oggi da noi non si allude a una situazione di totale ignoranza, di cui è vittima chi non ha messo piede in nessuna scuola. Si tratta, piuttosto, di persone che, per motivi diversi, malattia o trasferimenti familiari, hanno scarsamente approfittato dell'istruzione scolastica. Sono, insomma, uscite con un bagaglio di conoscenze insufficiente rispetto alle esigenze imposte dalla vita professionale e sociale. Sono i cosiddetti analfabeti funzionali. Mentre si chiamano analfabeti di ritorno quelli che, concluso l'obbligo scolastico, non hanno più messo in pratica le conoscenze apprese: niente lettura né di libri né di giornali, niente scrittura di lettere o testi qualsiasi, niente calcoli. Negli ultimi tempi, poi, si sta costituendo una nuova nicchia di analfabetismo: abitata soprattutto dai giovani che esauriscono le loro esperienze culturali nel contatto con i soli mezzi elettronici, a detrimento della lettura e della scrittura.

Ma quanti sono gli illetterati nel no-

stro paese? Le statistiche forniscono dati contrastanti, relativi a situazioni diverse. Negli anni 90, secondo una ricerca dell'UNESCO, gli analfabeti svizzeri erano circa 30 mila. Ora l'allargamento della definizione alla categoria degli illetterati di ritorno e funzionali, fa sì che si debba parlare di ben 366 mila cittadini elvetici che presentano gravi lacune. Ai quali vanno aggiunti 415 mila stranieri residenti. Ed è una condizione d'inferiorità che si fa sentire sul piano occupazionale. Uno studio, condotto dall'Ufficio federale di statistica e dall'Ufficio federale della cultura, rivelava che il 36 per cento dei senza lavoro denuncia difficoltà nello scrivere e nel leggere. Da qui la necessità di correre ai ripari per affrontare un fenomeno anacronistico, e spesso latente, di cui si cominciò a occuparsi una trentina d'anni fa. Nel 1985, nacque, nella Svizzera tedesca, la Federazione Leggere e Scrivere che, nell'88, creò una sezione romanda e nel '94 una ticinese. Si trattò, innanzi tutto, di rompere un tabù, insomma di portare alla luce un disagio tenuto nascosto: come racconta il libro *Buchstäblich sprachlos* (Letteralmente senza parole) che raccoglie le testimonianze di nostri concittadini esiliati nell'ignoranza. Analfabeti, spesso loro malgrado, e animati dalla volontà di rimediare. Che, però, non è di tutti. E qui sta il guaio.