

PITTI UOMO

Aiuto, mi si è ristretta la mostra

Dimagriscono stand e collezioni

«In tempi di crisi si tagliano tutte le spese superflue» dice Gaetano Marzotto. Allora addio stravaganze gratuite e via libera a innovazioni che siano funzionali

GIANLUCA LO VETRO

FIRENZE
fircro@unita.it

Stand più stretti. Collezioni ridotte (ora si chiamano "capsule"). E, a naso, anche qualche visitatore in meno. Mamma, mi si sta restringendo Pitti? «In tempi di crisi - allarga le braccia Gaetano Marzotto, presidente di Pitti Immagine - si tagliano tutte le spese superflue. Ma le cose stanno andando bene e domani (oggi ndr) lo dimostreranno i dati».

In attesa delle cifre matematiche, che non sono un'opinione, si registra comunque la perplessità dei critici di moda - anche loro paiono in calo - alla ricerca di novità latitanti. Vero: «in tempi di crisi - dice Beppe Angiolini, presidente della Camera dei compratori - si punta al prodotto senza stravaganze con innovazioni dettate esclusivamente dalla funzionalità». Fa testo Allegri, che aggiorna il classico impermeabile trattandolo con il teflon: pellicola antiaderente delle padelle che rende il capo ancor più resistente alle intemperie. E ancora: è indiscutibile che le eccellenze vadano cercate con la lente di ingrandimento nei golf di Annapurna di nobili filati intrecciati come strofinacci per lavare il pavimento. Ma questa stagione il cerchio non quadra come al solito. Tanti eventi speciali che si affollano in calendario si riducono a un drink o un dj set: espressione più moderna della mondanità con musica mixata dal vivo. Ma come non restare delusi se i cento anni di un marchio storico come Lubiam si festeggiano con una retrospettiva di pochi metri quadrati scandita da 11 didiconi 11- didascalie e qualche quadro? Perché organizzare una conferenza stampa per lo show di The Band of Outsiders in scena ieri sera alla Manifattura Tabacchi, se il designer non è disposto a dare anticipazioni e mostra una giacchetta, qualche pantalone e una



Visitatori alla Fortezza da Basso per Pitti Uomo n. 80

manciata di polo? Se tutti tagliano le spese, come è giusto che sia, anche i media devono far quadrare i conti. E là dove non si intravedono contenuti, c'è il rischio del disinvestimento. Non a caso, più che i giornalisti a caccia di notizie nei corridoi di Pitti, si notano i pubblicitari alla disperata rincorsa di pubblicità. Quest'ultima addirittura in picchiata.

Con ciò, non mancano le eccezioni di chi ha raddoppiato. Se Santoni ha duplicato lo stand per affiancare

ai suoi pregiati modelli sneakers più commerciali, Guardiani nei corridoi di Pitti ha lanciato la collezione e a Palazzo Gianfigliuzzi ha mostrato una capsule realizzata con la rivista *Wallpaper*. E non è casuale che questi due casi siano legati al mondo delle calzature. Perché ormai è l'accessorio a tirare il mercato. Vedi anche il boom delle sciarpe ricercatissime fino ai modelli di Claudio Cutuli in pitone vero mano seta. Un bel paradosso se si pensa che a questo Pitti è di scena la moda estiva. ♦

La curiosità

Dal K-way allo Yo-yo, i marchi diventano parole di uso comune

Alzi la mano chi è al corrente che il frisbee non è un gioco ma un marchio. Esattamente come i rollerblade, lo yo-yo e, perché no?, il viagra. Già: ci sono marchi che sono entrati nel dizionario come termini di uso corrente. Tra questi K-way, insegna della casacca antivento sotto la quale è stata allestita a Pitti una deliziosa mostra proprio su questi casi stilistico-linguistici. I pezzi sono suddivisi per materiale, per esempio il nylon, e prodotti. Vedi la Polaroid. Ma non mancano i medicinali, l'aspirina, ei giochi, il Lego. Completa la rassegna, curata da Cecilia Botta, un piccolo catalogo-dizionario che dimostra come l'ottima qualità si possa sintetizzare in poche righe. **G.L.O.V.**

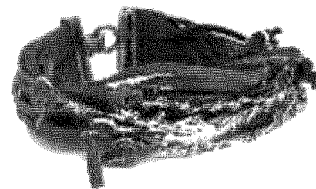
Le tendenze

Lardini punta sul reversibile Mason's scommette sull'abito

Reversibile e sostenibile. È la filosofia che anima i 4 modelli (giacca, giubbino, sahariana e spolverino) che i fratelli Lardini presentano a Pitti Uomo. Modelli basici realizzati in tessuti naturali da un lato e water-repellent dall'altro che si piegano e s'infilano in una bustina. Mason's, dal canto suo, si lancia nella sua prima collezione di abiti da uomo realizzati insieme a Paolo Pecchioli, guru di Gerard. Giacche e pantaloni millerighe, lavati e stropicciati, pensati per i divi degli anni '50. La griffe fiorentina Stefano Ricci, infine, gioca in casa e, ad un anno dall'acquisizione dell'Antico Setificio, lancia la cravatta "100% made in Florence". **S.G.**

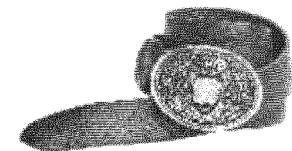
Pillole di moda

Gioielli e orologi, la forza crescente degli accessori



Anelli, collane, bracciali in argento e pelle dal sapore primitivo e modernissimo (con tanto di chiavetta usb). Sono i gioielli della griffe fiorentina Con-fusione (nella foto), che debutta a Pitti Uomo. Ancora argento, ma in versione gotica per i monili di Sal Cantini. E, a testimonianza della crescita degli accessori, è boom per i coloratissimi orologi vellutati di Toy Watch.

Aria da vecchio western nelle cinture di Post & co.



Le avresti viste bene indosso a un Clint Eastwood stropicciato eroe da Far West. Sono le cinture della collezione primavera-estate 2012 di Post&Co. Il cuoio invecchiato, martellato, graffiato sembra uscito da un film di Sergio Leone. Vecchio West, quindi, ma con un pizzico di Messico con le borchie e le fibbie in argento e turchese. Per sognare.

Il rosso impera tra scarpe e giacconi da marinaio



È decisamente lui il colore della stagione. Il rosso ciliegia domina ogni collezione, dai caban da capitano di vascello di Marina Yachting, alle sneaker Copacabana di Voile Blanche (nella foto), ultralegere e preziose, fino ai bicchieri e alle brocche fluo di **Mario Luca Giusti**