

Alternative set courtesy Pitti

L’ottimismo farà certamente ripartire l’Italia.

L’ottimismo che nasce dalla speranza di potersi assicurare un mercato fatto da un miliardo di persone che aspira a comprare un capo di lusso made in Italy e non made in Cina. L’ottimismo di essere competitivi sui mercati esteri. L’ottimismo di continuar a produrre il ben fatto, l’ottimismo di saper sfornare idee vincenti, molte di più di quelle che Pitti ’82 ha messo in mostra.

L’ottimismo di non lasciarsi abbattere da tanti punti critici. I politici che continuano a non mettere in agenda i problemi di un comparto che è la spina dorsale dell’economia del Paese; la crisi che ha fatto sì che l’industria di abbigliamento abbia perso 66mila posti di lavoro e che 9mila negozi di moda abbiano chiuso i battenti , la crisi che abbatte i consumi all’interno del Paese; lo spauracchio dell’aumento dell’IVA anche se Passera dice che il Governo ce la metterà tutta per evitarlo, ecc,ecc.

Ma non bisogna piangersi addosso. Bisogna puntare sulla memoria, ricordare un passato dorato e decollare da una rampa di lancio sicura: quelle parole chiave che possono far “partire il futuro”. Ed ecco il contributo alla speranza del gruppo **RCS** e delle sue testate con la mostra **“Making Excellence”** che traduce le nove parole strategiche per la ripresa economica –**creatività, cultura, mestiere, persona, visione, progetto, materia, tecnologia, talento**– in oggetti, fotografie, testi ecc, per un percorso che esamina la storia, le testimonianze, i modelli imprenditoriali di chi ha scelto l’eccellenza, quindi non solo il fare, ma il fare bene.

Atmosfera gioiosa a Pitti ’82

la T- shirt di Annapurna

Non bisogna neppure continuare a spargere il panico con lo spauracchio dello **spread**. Costruiamo passo per passo una nuova cultura dell’ottimismo divertendoci a creare claim esortativi. Così ha fatto **Annapurna**, azienda italiana produttrice di maglieria in cashmere e fibre naturali nobili. «Don’t spread panic! But spread your wings!»; «Spread joy and hope, Spread art and culture, Spread fashion», sono gli slogan che si leggono su una produzione di t-shirt con i quali ha voluto ridare al termine il significato originario. Seminiamo allegria e speranza, seminiamo arte e cultura, seminiamo moda/eleganza.

Allora spargiamo intorno a noi ottimismo colorando l’abbigliamento maschile, magari di giallo che è un colore energetico e spinge a fare; o turchese, flou o polveroso, con una punta di sapore di usato, vintage. Spargiamo ottimismo anche ricorrendo alla natura facendola proteggere da spaventapasseri, innocui ma significativi personaggi delle istallazioni fiorentine.

Vogliamo ripartire? torniamo alla madre terra, proteggiamo la natura; prendiamoci cura della terra, rivestiamo anche essa del **ben fatto** come gli abiti che vestono i trentacinque spaventapasseri inventati per loro da altrettanti designer presenti a Pitti. Spargiamo ottimismo ridando al cibo il suo aspetto conviviale: è bello stare insiemi ad altri gustando i buoni piatti italiani: anche il cibo a Firenze diventa cultura del made in Italy.

Armata di Mare polo all’olio courtesy
Armata di Mare

Vogliamo ripartire? Prendiamo spunto da ciò che si fa per i vini di qualità: invecchiamo i capi (3, 5, 8 o 15 anni di invecchiamento per i più pregiati) anche se si tratta solo di Jeans come propone **Blauer** che presenta una capsule collection intitolata **Original Edwin for Blauer Us**a, jeans realizzati in co-branding con il marchi giapponese Edwin. Oppure utilizziamo i prodotti che la natura ci offre quelli antichi come l’uomo. Ci ha pensato **Armata di Mare** che ha presentato una polo tinta e bagnata in una soluzione all’olio di oliva ottenendo l’effeto di una impalpabile gommatura, leggera e benefica. Un trattamento unico per prendersi cura della persona: la pelle a contatto con il capo attira per osmosi tutte le benefiche proprietà dell’olio di oliva.

Spargiamo ottimismo dando spazio ai giovani; quelli che veramente costruiranno il futuro del Made in Italy. Pitti ’82 ha ospitato la 4° edizione uomo di Who in on next?; ma anche ha dato spazio con eventi speciali a due giovani designer Andrea Pompilio e Emiliano Rinaldi. **Rinaldi** ha trasformato per la sua performance la limonaia di Villa Vittoria in un barber shop per rimarcare il carattere rilassato della sua collezione, e mettere in mostra senza impegno il suo stile scanzonato che contamina la più stretta tradizione con punte di modernità a dir poco singolare. Andrea Pomilio ha definitivamente assegnato al colore la palma del trend della eleganza un po’ americana dell’uomo contemporaneo.

Sempre nell’ ottica di dare spazio ai giovani per la prima volta Pitti ha presentato il progetto **Alternative set** dove la parola d’ordine è creatività: un programma di temporary events e installazioni in spazi particolari all’interno della Fortezza da Basso e in Dogana. Eventi speciali che sperimentano nuove modalità di comunicazione e promozione di sé.

Tutto ciò esaurisce l’edizione ’82 di Pitti? Certamente no. Potremmo continuare a raccontare per caricare di belle speranze l’animo di tutti, ma aspettiamo Milano Moda uomo

per cantare ottimisticamente la ripresa economica del comparto moda Italiano, almeno quello maschile.