

Cover del libro

A sorpresa le sfilate p/e 2016 della fashion week milanese sono state escluse dalla top ten di **Instagram**. In altri termini, nessuna maison che abbia presentato le proprie collezioni nel capoluogo lombardo ha raggiunto un numero di interazioni tali da farla salire sul podio, come invece hanno fatto marchi quali **Balmain** (sfilato a Parigi), il primo in assoluto, **Givenchy** (New York), **Dior** (Parigi), seguiti da **Chanel**, **Diane von Furstenberg**, **Polo Ralph Lauren**, **Burberry**, **Coach**, **Kanye West**, **Jeremy Scott**.

E’ indubbio che la tecnologia giochi un ruolo ormai fondamentale anche nell’ambito della moda, dove blog e social network dettano legge come e più di altri mezzi tradizionali. Queste considerazioni offrono l’assist anche per accennare ad un recente romanzo che in USA è diventato una sorta di caso letterario. Si tratta di **“All’inferno non c’è glamour” di Lucy Sykes e Jo Piazza** (ed. Piemme), definito una sorta di mix tra “Il diavolo veste Prada”e “Il diario di Bridget Jones”.

Il volume pone a confronto due giornaliste di generazioni diverse e con caratteri diversi, che arrivano a scontrarsi per le difformi visioni editoriali, ma che poi alla fine… (la fine non si racconta mai, naturalmente).

Ecco una breve sintesi. La 42enne Imogen Tate, colta, raffinata, brillante, gentile, ha una felice vita familiare e professionale, vantando quasi 20 anni di carriera nel mondo della moda. Cresciuta con una “maestra” del calibro di Anna Wintour, è infatti caporedattrice della rivista patinata “Glossy”, stimata come una “bibbia” nel settore. A causa di un serio problema di salute, ad un certo punto Imogen è costretta a prendersi un anno sabbatico, dopo il quale rientra al suo posto di lavoro con entusiasmo.

Nel frattempo però qui si è verificata un’autentica rivoluzione digitale da cui è nato Glossy.com con un’app per dispositivi mobili. E chi si trova a capo del nuovo progetto hi-tech? Niente meno che la giovane ex-assistente di Imogen, Eve Morton, intraprendente e creativa, che sa tutto in materia di internet, social network, nuove strategie di marketing e pubblicità (a differenza della caporedattrice che ne è al digiuno).

Ma Eve va oltre: ha tagliato personale e fondi, ha istituito il *Pink Friday* affinché tutti si vestano di rosa il venerdì, ha fatto predisporre uno spazio in redazione per i pisolini in modo che si possa stare al lavoro oltre l’orario d’ufficio… Imogen è sconcertata e imbarazzata dinanzi a tutto ciò.

In poco tempo però le cose sembrano precipitare e la stessa “Glossy” rischia di andare a rotoli per sempre. Imogen allora, lungi dal perdersi d’animo, impara ad usare la tecnologia e recupera velocemente il terreno, per cui diventa multicanale, “multisociale”, twitta, whatsappa, posta su Instagram e Facebook… E conquista tutti con le sue doti.

Così la strada dell’alleanza fra le due donne sembra segnata…

Ironico e chic, questo libro vuole – come hanno dichiarato le autrici – “restituire credibilità alle donne che operano in questo settore anche se si prendono così sul serio”.