

Foto Archivio Giovanni Battista Giorgini

L’incontro fra due mondi economici e culturali come moda e turismo, in apparenza ruotanti su orbite ben distinte, avvenne negli anni ’50, quando il settore tessile/abbigliamento assunse una dimensione industriale, facendo da volano allo sviluppo dell’intero Paese e così acquisendo un ruolo di primaria importanza. Ci si rese conto, allora, che moda e turismo potevano inserirsi in un circolo virtuoso e dar vita a preziose sinergie sotto molti aspetti. A questo tema ha dedicato un interessante dossier l’ultimo numero del trimestrale “Enit Italia”, pubblicato dall’Ente Nazionale per la promozione del Turismo, presieduto da Matteo Marzotto, uno che di moda se ne intende e parecchio.

Sembra una favola, ma tutto è cominciato in modo fortuito, grazie all’estro ed alla lungimiranza di un uomo e ad una certa “congiuntura astrale”. L’uomo è un nobiluomo, ovvero il marchese Giovanni Battista Giorgini, che operando come mediatore già prima del secondo conflitto mondiale aveva fatto conoscere i prodotti antesignani del “made in Italy” ai suoi amici internazionali. Nel dopoguerra, intuendo il crescente ruolo della donna negli USA, egli organizzò a Chicago un’importante mostra di articoli italiani, che catturò l’interesse generale. In particolare, Giorgini ebbe il merito di persuadere alcune aziende del Belpaese a produrre una moda non solo elegante, ma anche confortevole e meno costosa di quella francese. Riuscì persino di far sfilare insieme alcune nostre maison nelle sale della sua raffinata dimora fiorentina.



Era esattamente il 12 febbraio 1951 quando ebbe inizio la storia italiana delle passerelle di moda, con nomi immensi come Emilio Pucci, le sorelle Fontana, Vanna Noberasko, Germana Marucelli, Emilio Schubert, solo per citarne alcuni, destinati, negli anni a venire, ad animare la straordinaria stagione di Palazzo Pitti. Il grande sindaco di allora, il cattolicissimo Giorgio La Pira, intuendo che quel fenomeno, lungi dall'essere solo vanità e mondanità, era anche un coefficiente di crescita per tutta l'economia e la cultura del Paese, volle offrire alle sfilate addirittura Palazzo Vecchio con tanto di sbandieratori e squilli di tromba.

Le sorelle Fontana con Audrey Hepburn

In seguito anche Roma acquistò un ruolo principe come scenografico palcoscenico del "bel vestire" italiano, garantito dall'assoluto prestigio del suo essere insieme capitale e storico scrigno d'arte.

Si arrivò poi al fatto determinante per le sorti future della moda patria, che fu la fondazione della Camera Nazionale della Moda, un organismo in grado pure di avvalersi di forte sostegno politico. Era il 1962 ed il settore moda assurse in forma ufficiale all'Olimpo istituzionale, finalmente stimato come punto di forza e di eccellenza dell'attività italiana, assieme al turismo.

Da un'indagine compiuta presso gli Uffici Enit all'estero è risultato, in effetti, come la moda (soprattutto l'*haute couture*) continui tutt'oggi a rappresentare un fattore di successo per l'immagine del nostro Paese, garantendo nuove opportunità di attrazione in città considerate fucine di creatività, da Milano a Roma, da Firenze a Napoli, e fungendo da

traino anche per altri settori. Si pensi al solo effetto in termini di comunicazione che il contorno delle sfilate di per sé crea, fatto di bellissime modelle, eventi a cavallo tra business e svago, cronache rosa e frenesia dei media.



Sfilata Gattinoni in Piazza del Campidoglio

Il turismo, naturalmente, beneficia a costo zero di queste "esternalità", spesso trovando la propria sublimazione nel porsi come "fondale" delle sfilate stesse (si pensi a quelle romane sulla scalinata di Trinità dei Monti a Piazza di Spagna, tanto per fare un esempio arci-noto), che rilanciano in tutto il mondo all'ennesima potenza il *life style* del Belpaese.

Osservando il binomio moda-turismo da un altro punto di vista, poi, ci accorgiamo di come gli abiti medesimi, al pari dei monumenti, possano essere guardati come vere e proprie opere d'arte, ispirate ad un certo luogo, alle sue tradizioni, al suo modo di vivere, alla sua cultura *tout court*. In quest'ottica, venire a visitare l'Italia anche per vedere da vicino la sua moda, per capirne le origini materiali e intangibili, è spesso un gesto naturale per molti stranieri, sia quelli più colti che quelli meramente *fashion-victim*, come si suol dire.

E questo discorso vale anche per i tanti comparti che lambiscono il territorio della moda, rientrando comunque nel suo "sistema", ovvero i vari business degli accessori: calzature, borse, occhiali, gioielli, ecc.

Buone vacanze in passerella, dunque!