

Lezioni di stile

Appunti, declinati al maschile, su come vestire d'eleganza la prossima stagione autunno-inverno

Di *Francesco Antinolfi*

C'è chi riesce a godersi la vita ordinando la realtà, nelle sue manifestazioni più disparate, in efficaci categorie e definizioni puntuali che inevitabilmente non lasciano spazio alcuno al dubbio e, così, all'incertezza intesa come opportunità feconda. E c'è chi, invece, la vita ama complicarsela percorrendo quotidianamente, dalle quisquiglie alle questioni rilevanti, la strada del pensiero ipotetico, stuzzicando se stesso fra interrogativi e paradossi.

Da buoni e immodesti, lo ammetto, appartenente alla seconda categoria, accostandomi alla redazione di questo articolo e riflettendo brevemente intorno al suo tema, mi sono reso conto di non aver mai amato particolarmente la semplicistica definizione secondo cui il Pitti Immagine Uomo non sia altro che una fiera dedicata al settore dell'abbigliamento maschile, pur se riconosciuta come la più importante e proficua nell'ambito del palcoscenico internazionale. Chiunque abbia frequentato almeno una volta gli spazi della Fortezza da Basso, in cui due volte l'anno si realizza la manifestazione fiorentina, non può ridurre la sua descrizione ad un luogo in cui l'offerta e la domanda



Calabrese



Brunello Cucinelli



Fratelli Ferrante

si incontrano per trattare prezzi e quantità. Quest'ultima potrebbe rivelarsi esaustiva per un mercato litico, piccolo o grande che esso sia, ma di sicuro non sufficiente per un contesto in cui alcuni attori mettono in scena i risultati di mesi e mesi di ricerca creativa ed altri provano ad interpretare i desideri e le tendenze stilistiche future del proprio pubblico di fruitori. Qui si respira un'atmosfera di vivacità ed estro e non tutte le variabili in gioco possono essere controllate attraverso diagrammi e tabelle. Quasi sempre è la soggettiva idea del bello e del ben fatto a farla da padrone.

Ecco perché il Pitti Immagine Uomo, pur essendo la più rilevante fiera commerciale di settore esistente, è paradossalmente allo stesso tempo uno dei più significativi laboratori creativi in cui ciclicamente prende forma e si rinnova l'idea di eleganza declinata all'immagine maschile.

Connubio affascinante di business e creatività, di numeri e forme raffinate, di brand dal calibro mondiale e piccole aziende artigianali, di lusso e sportswear, di avanguardia e tradizione.

Il tutto, prende forma attraverso la cura minuziosa di ogni dettaglio ed operando una selezione attentissima delle aziende partecipanti. «Pitti Uomo è un organismo sensibile ai segnali del mercato – afferma l'A.D. Raffaello Napoleone – e il suo interlocutore è rappresentato da un pubblico sempre più consapevole e raffinato. Gli oltre 26.000 compratori e responsabili dei fashion store internazionali più prestigiosi che giungono a Firenze fanno vera ricerca e non si limitano più soltanto ad osse il lifestyle proposto dai grandi brand globali. Ci chiedono una selezione dei marchi più interessanti

ed innovativi per identità stilistica e qualità nella produzione. In alcuni casi si tratta di grandi nomi, realtà già affermate e con notevoli fatturati ma in altri casi sono nomi di nicchia ben noti agli addetti del settore, che si distinguono per i loro contenuti di ricerca».

Ed è per questi stessi motivi che circa quaranta fashion brand hanno deciso di prendere parte alla prima edizione di Pitti W. Woman Precollection, un salone-evento che Pitti Immagine ha voluto dedicare, in contemporanea con la 73esima edizione Uomo, alle pre-collezioni Donna autunno/inverno 2008-2009. Un'esclusiva selezione di marchi internazionali, che ha visto fra i suoi protagonisti d'eccezione la griffe emergente dei 6267, guidata da Tommaso Aquilano e Roberto Rimondi, con un evento speciale realizzato all'interno della Galleria d'Arte Moderna fiorentina.

Le pagine che seguiranno sveleranno le linee guida di quelli che scommettiamo saranno gli stili più esclusivi in fatto di ricercatezza e gusto raffinato per l'autunno-inverno 2008/2009.

Come sempre, daremo vita ad una galleria unica di cui saranno protagoniste le collezioni che più si sono imposte alla nostra attenzione durante l'ultima edizione del Pitti Uomo. Non solo il total look di brand dalla fama internazionale più prestigiosa ma anche preziosi accessori prodotti da aziende che hanno saputo fare della loro tradizione artigianale un vantaggio competitivo incommensurabile.

Il tutto, ovviamente, nel segno del top quality Made in Italy.



Fratelli Ferrante

Eleganza senza tempo e preziosità della
lavorazione manuale in un connubio al
servizio di un'autentica idea di lusso

Per un uomo che, nella cura del proprio stile, non ama lasciare alcunché al caso, la scelta delle scarpe rappresenta una sorta di ideale chiusura del cerchio, che dà coerenza ed omogeneità a tutto il resto.

La nostra preferenza, all'interno del panorama del 73esimo Pitti Uomo, è caduta su un'azienda che vanta 130 anni di storia e competenza artigianale. Su una famiglia che ha saputo guadagnare nel tempo il ruolo di esponente principale nell'ambito della pregevole scuola partenopea di settore.

La collezione A/I 2008-2009 presenta al pubblico una sintesi accattivante di linee dalle fogge raffinate e più formali affiancate a quelle caratterizzate dall'estrosità dei colori e da una vezzosità, sempre sottilmente chic, ma più vicina alle tendenze del momento.

Tutto prende forma attraverso la scelta di materie prime esclusive e il rispetto maniacale dei più alti standard qualitativi di produzione. La cura certosina dei dettagli inevitabilmente fa la differenza. Da notare, a tal proposito, l'innovativa tecnica tutta artigiana impiegata per applicare il guardolo, parte fondamentale della calzatura di classe che lega la suola alla tomaia.

Tutto ciò con una notevole attenzione alle esigenze ambientali: anche per la collezione A/I 2008-2009, Fratelli Ferrante ha scelto la speciale tecnica "Ecoalways", avvalendosi di materiali, dalla suola alla tomaia, dall'intersuola al sottopiede, rigorosamente testati e privi di ogni sostanza che possa arrecare danni al portatore.

Protagonista assoluta, la linea "Fantasia": Paso nero impreziosito da delicati arabeschi in cristalli Swarovski dalle tonalità trasparenti o del caldo color dell'ematite. Per i più esigenti, le piccole pietre possono esser disposte in modo da formare la cifra distintiva di chi le indosserà.

Quando la personalizzazione su misura significa vera brand experience di lusso.

