

Le sfilate *Milano*

La potenza e l'estro moda in sintesi

L'organizzato esercito di Tommy Hilfiger
la spontaneità last minute
di Lorenzo Serafini, i due opposti del fashion system

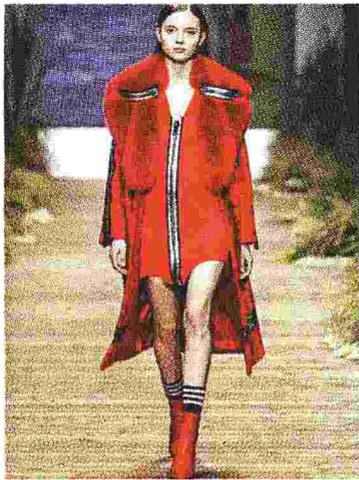
SIMONE MARCHETTI

Davide e Golia. Il primo piccolo con l'arma dell'estro più che della potenza. Il secondo un gigante con impero made in Usa e la forza di un esercito. Sono Lorenzo Serafini, designer di Philosophy, e Tommy Hilfiger, deus ex machina del marchio che porta il suo nome. Eccoli i due lati opposti della settimana della moda di Milano: due modi di lavorare, di concepire il business e anche di intendere la creatività così diametralmente opposti da rappresentare bene cosa sta succedendo nel fashion system attuale. Tommy Hilfiger è sbarcato a Milano per portare l'ennesimo capitolo della sua strategia #Tommynow, uno degli esempi della validità e del successo del meccanismo "see now buy now", ovvero la possibilità di acquistare subito, non dopo i tradizionali quattro mesi, quello che si vede in passerella. L'impianto dello show è faraonico: 2.500 invitati, un'arena da Formula Uno con spalti e pit stop in platea dove gli ospiti, per la maggior parte clienti del

brand, possono provare l'esperienza virtuale di un pilota. In un angolo la collezione che sfilerà di lì a poco è addirittura già in vendita e in molti la stanno acquistando: mentre strisciano carte di credito immortalano tutto l'accaduto su Instagram. Qualche minuto dopo, la modella Gigi Hadid (con cui lo stilista ha realizzato anche questa collezione, dedicata alle gare di Formula Uno) arriva in passerella e apre lo show accompagnata da Millennials e altri modelli. È il ritratto perfetto del cambiamento in atto, «una lezione per me», commenta Hilfiger, «perché proprio dai Millennials ho capito cosa e come cambiare. Questi ragazzi non vogliono aspettare, i social media e l'e-commerce li hanno abituati a una gratificazione immediata. Allo stesso tempo, però, devi pensare come Hollywood, devi intrattenerli con storie, con spettacoli dal vivo. È una svolta epocale. E col mio business dovevo cavalcarla senza se e senza ma. L'alternativa era perdere l'intera partita». Hilfiger ha ragione: per il suo tipo di mercato e di prodotto, questo

meccanismo funziona, mentre quasi per tutti gli altri stilisti si è dimostrato un vero disastro. Il motivo? La creatività, soprattutto quella legata alle maison tradizionali, continua a nutrirsi di tempo e di attese. Un esempio calzante è proprio Philosophy, marchio che negli ultimi anni si è ritagliato un mercato di nicchia col suo romanticismo post-moderno. «Lavoro con passione e senza sosta», commenta Serafini, «per questa stagione mi sono ispirato alle donne sui magazine americani degli anni Ottanta, le icone con cui sono cresciuto. Ho unito l'essenza dello spirito italiano al loro casual, a quella leggerezza tutta americana capace di rendere spontanea ogni sofisticazione». Per questo stilista, come per tutti gli altri, non ci possono essere programmi troppo anticipati o collezioni pensate quattro mesi in anticipo e poi presentate quattro mesi dopo. A Milano Moda Donna, come a Londra e Parigi, per i designer tutto ancora si gioca sul filo di lana dell'ultimo minuto. È quell'alchimia nervosa che rende ancora grande e soprattutto immutabile la moda dei grandi creatori. Almeno per il momento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



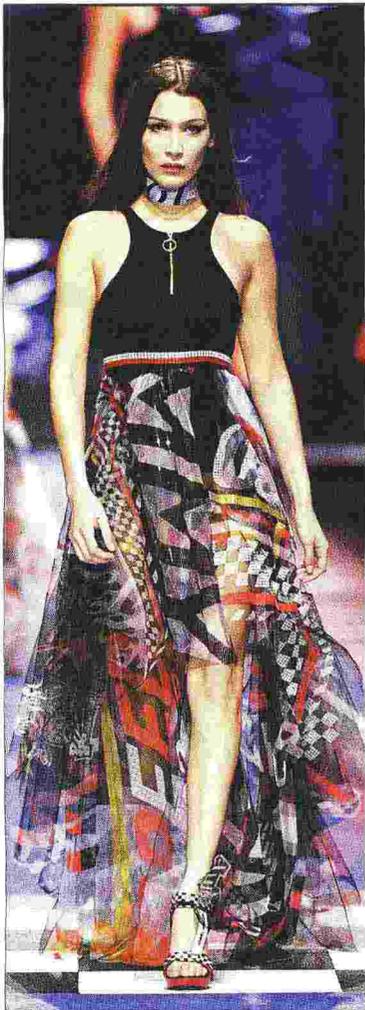
Pelliccia reversibile

La terza edizione della sfilata-evento Italian Fashion Night, organizzata dal salone dell'haute-à-porter TheOneMilano, mostra le molteplici declinazioni della pelliccia vera. Gli stilisti, come Fabio Gavazzi (in foto), puntano su capi reversibili

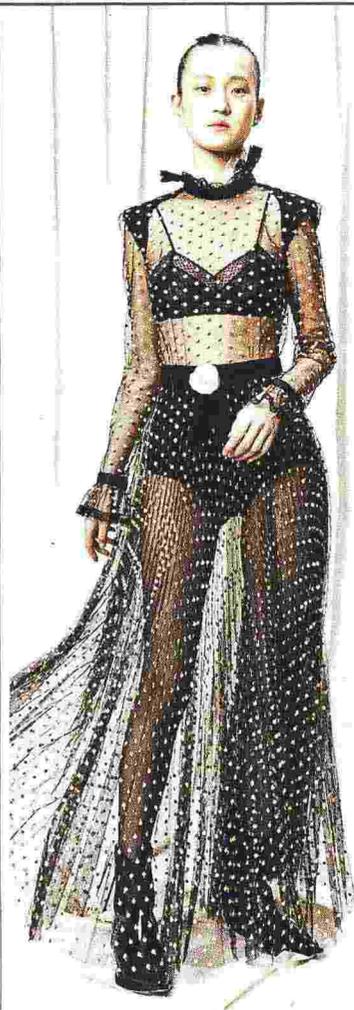


Comodo sartoriale

Vestibilità e volumi morbidi per i capi della collezione femminile a/i 2018-19 di Eleventy. I cappotti sono lunghi fino ai piedi e le giacche sartoriali hanno un taglio maschile. Le fantasie rispolverano le stampe d'archivio delle seterie comasche - i.p.



Tommy Hilfiger



Philosophy di Lorenzo Serafini



Calcaterra



Xuebao



Saulina by Sartoria Latorre



Sara Battaglia



Iceberg



Francesca Liberatore



Save My Bag



Racine Carrée

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.