

L'Italia vista dalla moda: formidabili quei 30 anni!

Sarà l'iniziativa culturale più significativa all'interno della fashion week milanese di febbraio, il modo scelto dalla Camera nazionale della moda per festeggiare il suo 60esimo anniversario. Promossa e prodotta dalla Camera della moda assieme al Comune di Milano e a Palazzo Reale, con il supporto del ministero dello Sviluppo economico e dell'Agenzia Ice, la mostra che inaugura il 22 febbraio (e rimarrà aperta a Palazzo Reale fino al 6 giugno) s'intitola semplicemente 'Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971-2001': un percorso non cronologico ma tematico che esplora e racconta nell'incrocio con le altre forme creative quella stagione irripetibile e unica al mondo che ha portato alla nascita del made in Italy. Temi ripresi e ampliati in un libro, edito da Marsilio, che si affianca alla mostra con una quindicina di saggi, schede di aziende, ritratti di stilisti e altri protagonisti, un'antologia di servizi pubblicati dalle tante riviste che compongono il quadro di un'editoria decisiva per definire

che contribuiscono a mettere a fuoco quella stagione in cui lo scambio intellettuale è stato il terreno fertile di una creatività che avrebbe portato la moda italiana al massimo riconoscimento internazionale. "Quello che vorremmo far capire con questa mostra è che alcune caratteristiche della nostra moda che a volte vengono considerate difetti sono invece qualità: la frammentazione, che però ha formato un sistema unico al mondo; l'autorialità, non solo degli stilisti ma anche degli artigiani e delle aziende; l'intelligenza nell'innovazione come aderenza alla società", sottolinea Frisa. "E ci piacerebbe costruire una mitologia della moda attraverso le tante vicende che hanno visto protagonisti, assieme agli stilisti, le aziende, le città e i distretti italiani in una ricchezza di sistema che non ha uguali".

La scelta delle date che perimetrano il percorso non è stata difficile: il 1971 è l'anno in cui il grande Walter Albini sceglie Milano per la prima sfilata della linea che porterà il suo nome dando il via alla stagione che segna l'inizio del prêt-à-porter. E del 1971 è la fotografia di Oliviero Toscani, tratta dal servizio 'Unilook. Lui e lei alla stessa maniera' pubblicato dall'*Uomo Vogue*, che ritrae una coppia in abiti Armani: immagine scelta come manifesto di 'Italiana', emblema di quel vento di liberazione e di quella "bellezza utile" che coincide con il vestire in modo contemporaneo di cui

Armani è stato il primo e massimo interprete. Il 2001, oltre a segnare il passaggio di secolo, è il momento delle acquisizioni di griffe italiane da parte dei gruppi del lusso stranieri, dell'inizio della globalizzazione della nostra moda e dell'affermarsi della figura del direttore creativo in sostituzione dello stilista. "Ma è anche una data scelta per non arrivare troppo a ridosso del presente e mantenere quella lucidità che viene dalla distanza", osserva Maria Luisa Frisa.

Di scoperte inaspettate negli oltre due anni di preparazione della mostra Frisa e Tonchi ne hanno fatte tante. Quali le più sorprendenti? "In positivo mi ha colpito il rapporto tra moda e design, anche in una dimensione utopica che è conosciuta ma finora poco studiata", risponde Frisa. "In negativo il rischio, molto concreto, di dispersione di questo patrimonio: schizzi, disegni, studi tecnici, prototipi, abiti oggi conservati negli archivi delle aziende, degli stilisti, in guardaroba privati". Già perché la destinazione naturale di questi preziosissimi materiali sarebbe quel museo della moda di cui a Milano si parla da quarant'anni e forse più. Perché non immaginare che questa mostra dia la spinta per riprendere le fila del discorso e costruire le fondamenta del progetto? Un bel regalo per il 60esimo anniversario della Camera della moda.

D. B.



Maria Luisa Frisa, Stefano Tonchi e il manifesto di 'Italiana' (foto Giulio Tanzini).

l'immagine della moda italiana.

A ideare e curare 'Italiana', che ha come main partner Yoox Net-A-Porter, sono due grandi esperti in materia, che assieme hanno già realizzato quattro mostre e della moda non hanno una visione accademica né storica: Maria Luisa Frisa, critica e docente alla Iuav di Venezia dove dirige il corso di laurea in design della moda e arti multimediali, e Stefano Tonchi, che da oltre vent'anni vive a New York dove dal 2010 dirige *W Magazine* dopo aver diretto *T: The New York Times Style Magazine* ed essere stato direttore creativo di *Esquire* e *Self*.

Chi si aspetta di vedere un'esposizione essenzialmente di abiti rimarrà deluso, perché gli abiti ci sono - 120 per l'esattezza, "scelti per quello che significano in precisi momenti del racconto della moda italiana", spiega Frisa - ma contornati da oggetti, opere d'arte, fotografie, giornali

