



Un'immagine del grande Fred Astaire, cui Pitti dedica una mostra, tratta da «The musical films Astaire dancing» di John Mueller, edizioni Hamish Hamilton, Londra. Incombacchi la catena dell'orologio e la spilla da colletto

Alla Fortezza da Basso di Firenze oggi aprono le sfilate di Pitti Uomo

Moda, alla ricerca dei perduti anni Trenta

DALLA NOSTRA REDAZIONE DANIELE PUGLIESE

■ FIRENZE Fred Astaire non aveva bisogno di morire per diventare un mito. Gli stili della moda maschile stavano guardando a lui, al suo impareggiabile stile nel preparare i modelli che scenderanno in passerella a Firenze da oggi a lunedì per la 32ª edizione di Pitti Uomo. L'idea di allestire una mostra dedicata al maestro reggibile ballesino al maestro del tip tap e venuta a Luigi Settembrini prima della morte (avvenuta in punta di piedi secondo il suo stile) di Fred Astaire e come dire anni Trenta ed è a quel periodo che i signori grandi firme della moda italiana guardano pensando a come vestiranno i nostri Lord Brummel.

Moda anni Trenta dunque ma più precisamente quello che Fred rappresenta nell'immaginario di tutti. L'uomo che attraverso l'abito esprime tutto il suo savoir faire. Una questione di stile insomma più che di moda. E a ben guardare anche di business. Imprime una moda troppo rigida, una schia di scontentare il gusto di troppi. E allora meglio lo stile il savoir faire.

Negli uffici stampa del Centro Moda non fanno altre parole sulle tendenze della moda maschile. Torna il clas-

sico? O meglio rimane il classico? Tornano i migliori? O meglio rimangono i «miglioristi»? All'ardua sentenza signore ingioiellate e prete portenzate, rispondono che gli stilisti hanno cercato un compromesso. I secondi hanno rinunciato a troppe stravaganze e sul tavolo della mercanzia nel portfolio hanno inserito i tradizionali capi dell'abbigliamento maschile. Ma anche i primi sfruttando cuciture particolari e tagli azzardati hanno messo un che di nuovo nel guardaroba. Giacche e maglioni spiegano gli esperti «cascano» di più. Me ne impegnativi dunque. Non importa stare tutti impettiti. Però la giacca è d'obbligo.

Anche perché nell'86 se ne sono vendute il 30% in più dell'anno precedente e si presume che la tendenza non sia mutata. Nella hit parade del capo d'abbigliamento maschile la parte del leone l'ha fatta però la giacca casual destrutturata come dicono gli esperti. L'anno scorso ne hanno venduto il 40% in più. In rialzo anche le camicie sportive, le polo e i jeans. A questi ultimi è dedicata un'altra manifestazione collaterale nell'ambito di Pitti Uomo una mostra di pezzi d'epoca sdruciti quanto basta per essere entrati a far parte di una collezione privata che sarà esposta insieme a tute da lavoro e salopette al Palazzo dei

denziale della stazione a due passi dalla Fortezza da Basso dove si svolgerà la maggior parte delle manifestazioni di Pitti Uomo.

Elegante ma non troppo casuale senza cedimenti allo stile country l'uomo della prossima stagione sarà il «me tropolitano» per eccellenza. Ha imparato a coniugare eleganza a praticità con naturalezza un pizzico d'estro. E a questo cliché da yuppie - affogato tra una riunione d'affari e una partita di squash che si conclude immancabilmente con un bicchiere di whisky al molo - non sembra proprio voler rinunciare.

I big della moda giocano le cifre fornite dagli organiz-

zatori della manifestazione di cui nel 1986 il settore del tessile e dell'abbigliamento ha avuto un netto miglioramento nel saldo della bilancia commerciale mantenendo la propria posizione di leadership 20mila miliardi contro i 19mila dell'anno precedente. La tendenza si è confermata nei primi cinque mesi di quest'anno con un saldo attivo di 7.326 miliardi che però mostra segnali di stanchezza rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Segnali di stanchezza che tradotti in cifre ammontano a 892 miliardi in meno pari al 10,85%.

Questa caduta del saldo attivo nel tessile abbigliamento non è stata però uguale per tutti i comparti. Il settore più «felice» sembra essere stato quello delle maglie e delle calze di lana che nel 1987 ha avuto un saldo di 363 miliardi contro i 174 miliardi dell'anno precedente. Flessione invece in tutti gli altri settori da 1099 miliardi nel 1986 a 489 nel 1987 per gli oggetti cuciti da 711 miliardi a 574 per la maglieria in fibre tessili da 6 miliardi a 2 miliardi per i guanti in pelle. Flessione anche per i pelliccioli che nel 1986 avevano un saldo negativo di 8 miliardi e che sono scesi a meno 10 miliardi.

Il periodo «felice» della moda italiana ha coinciso anche con un espansione del settore. Nel 1986 le 1.550 aziende che operano nell'abbigliamento maschile in Italia con 73mila dipendenti hanno avuto un fatturato di quasi 6mila miliardi di lire con un incremento rispetto all'anno precedente del 10,6%. L'aumento anche l'import e l'export il primo è cresciuto nell'86 del 20,3% (418 miliardi) il secondo del 4,8% (2.028 miliardi). I consumi finali interni sono cresciuti per parte loro del 14,6% per un totale di 7.550 miliardi. L'incidenza dell'export sul fatturato è stata del 35% mentre l'incidenza dell'import sui consumi è stata del 10%.

L'abbigliamento per uomo made in Italy ha esportato nel 1986 per 2.028 miliardi. Ma dove va la moda italiana? Secondo i dati dell'Istat forniti dagli organizzatori di Pitti Uomo prima di tutto in Germania 541 miliardi di export con un aumento del 13,2% ed un'incidenza sull'intera esportazione dell'abbigliamento maschile del 26,7%. Gli Usa sono ancora al secondo posto e si prendono il 14,8% del prodotto italiano venduto all'estero ma con una diminuzione rispetto all'anno precedente del 9,1%. In aumento invece l'acquisto di moda italiana in Francia (+4,8%) in Svizzera (+16,2%) in Austria (+10%) nei Paesi Bassi in Belgio nel Lussemburgo e in Svezia con un aumento complessivo di oltre il 60%. Anche il Giappone compra di più il 15,2% per l'esattezza.

A spartirsi la torta sono in tanti. I più felici sono quelli del Gruppo Finanziario Tessile che è in testa alla classifica del fatturato per il 1985 con 551 miliardi seguito dalla Merogho Tessile con 519 dalla SuperRife con 236 e dalla Carrera con 203.

Pitti Uomo comunque si prepara a gonfiare questo successo e a festeggiarlo. Il programma delle manifestazioni è ricco. Ai di là delle sfilate e delle due mostre tanti cocktail e cene in gran stile. Una al Forte di Belvedere una a villa La Staccata con tanto di ballo interamente dedicato a Fred Astaire e l'obbligo di abiti adeguati all'epoca. E poi l'ulti ma grande impresa di Ronconi «The fairy Queen» di Purcell allestita come finale del 50° Maggio musicale fiorentino e dedicata in esclusiva agli ospiti di Pitti.

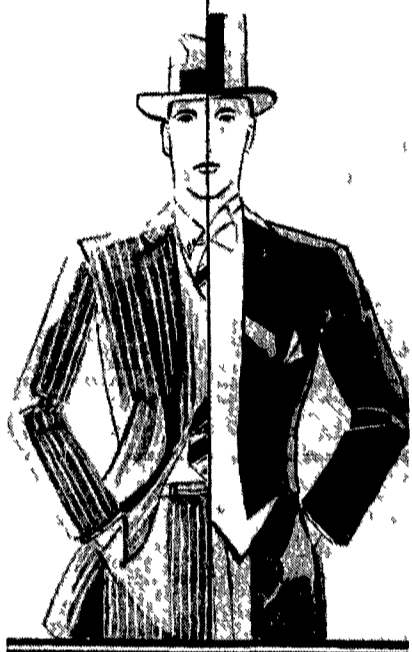


Scattante, giovane, sportivo è l'uomo in jeans di Valentino

Il guardaroba del grande ballerino Vestivamo alla Fred Astaire

■ La moda è tutto. O quasi. Se ne cercano testimonianze e tracce dappertutto. Nei fumetti e nei suoi eroi, nella storia dal Medioevo alla rivoluzione russa. Mostre dedicate alla moda nei secoli o alla moda nell'immaginario sono ormai consuetudine. Per la sua mostra «storica» quest'anno Pitti Uomo ha messo a segno involontariamente un bel colpo. Tema dell'allestimento è infatti Fred Astaire. Al grande ballerino è responsabile della mostra aveva pensato per tempo. Il simbolo di un'era è impareggiabile il volto di una intera epoca e che epoca i favolosi miti indimenticabili anni Trenta. Nel frattempo però Fred leggero come sempre quasi piombato aereo impalpabile se ne è andato e la mostra di Pitti diventa così un omaggio alla memoria a un modo per dire grazie e per guardare da vicino quasi frugando nei suoi armadi e cassetti il mito che ballava.

Alla Fortezza da Basso da oggi al 6 luglio è aperta una mostra che mette in vetrina foto di scena sequenze di film e tutto quello che può dare un'idea dello stile di Fred Astaire del suo abbigliamento del suo look. Uno stile che fece epoca e che trova migliaia di imitatori in tutto il mondo. Occhi avidi di particolari nel buio delle platee spiavano quell'etere figura pronta a carpire il dettaglio il segreto di quella incredibile eleganza (non solo del ballerino ma anche dell'uomo). Una sezione della mostra è dedicata in particolare alla ricostruzione del guardaroba tipo di Fred. In una serie di vetrine art déco sono esposti i capi più significativi selezionati attraverso un esame dei suoi film. Una parte documentaria offre ai visitatori le riproduzioni del materiale illustrativo originale tratto da riviste e pubblicazioni d'epoca delle pubblicazioni di moda e dei cataloghi di moda. I documenti della produzione e del



In un disegno degli anni Trenta tratto dalla rivista americana «Apparel Arts», ecco compendiati l'abito da sera (un raffinato frack) e un impeccabile abito da giorno con cravatta regimenta, spilla da colletto e fermacravatta

Storia dei calzoncini di tela
Dai cow boys ai figli dei fiori

Il primo jeans non si scorda mai

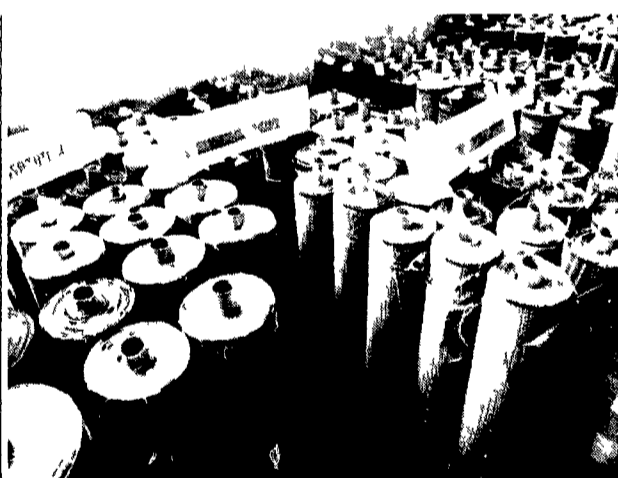
STEFANO DAFFRA

■ FIRENZE Bruce Springsteen li porta lisi e consuma il simbolo di un rock sanguigno e ribelle. Alberto Sordi nei panni del giovanotto italiano nel film «Un americano a Roma» per un paio di autentici jeans made in Usa avrebbe venduto le cose più care. Oggi giorno forse i jeans non fanno impazzire come un tempo ma hanno tutto così bene il lutto delle mode passeggero che a Firenze alla Palazzina presidenziale accanto alla stazione ferroviaria venerdì si apre addirittura una mostra intitolata «Una storia del jeans» interamente dedicata al passato e al mito di questo tessuto quasi industriale.

L'originale esposizione organizzata in concomitanza di «Pitti Uomo» dalla Fargion e San Giuliano offre una ghiotta occasione per andare alle origini di un tessuto che ha segnato la storia dell'abbigliamento occidentale. La mostra curata da Gherardo Frasca espone attraverso immagini e riproduzioni di tessuti fotografate l'America, quell'America di uomini e donne che si sono costruiti l'esistenza giorno dopo giorno dei ferrovieri dei manovali in equilibrio mozzafiato sui grattacieli in costruzione, dei contadini. Tutte categorie che hanno vissuto con i jeans addosso o per l'esattezza con le tute da lavoro in denim. In inglese questi capi d'abbigliamento si dicono «bibs» da noi le abbiamo chiamate «salopette» o «frangia» probabilmente perché quando abbiamo iniziato ad importarle l'accento d'oltrapiave era ancora chic.

I tempi cambiano però. E qui alla Palazzina presidenziale ora va in scena l'epopea americana. Dagli anni Trenta periodo di traccoli finanziari dimigrazioni disperate fino agli anni Quaranta e oltre. Come portabandiera è stato scelto Grant Wood il pittore che nel bene e nel male ha rappresentato l'America rurale. L'artista è famoso per «American Gothic» una tela che riproduce la quotidianità della provincia americana con un apparente freddezza ma con un gusto del dettaglio che forse involontariamente fa pensare all'orrore di una realtà chiusa

e soffocante. Protagonista del quadro riprodotto in una copia proprio per questa «Storia del jeans» è una coppia anziana che naturalmente veste in «bibs». Ma i jeans li indossano pure i presidenti degli Stati Uniti. Ronnie Reagan memoria del suo passato di cowboy da attore i jeans li porta davvero come li hanno portati i rockers e poi i figli dei fiori. Il mito evidentemente ha catturato un po' tutti. Con la spozione alla Palazzina presidenziale probabilmente vale la pena di sorridersi su. Presentata da Oreste Del Buono chiude lunedì.



Le aziende tessili viste dall'osservatorio della Cassa di Risparmio

«Bisogna tornare sui mercati mondiali con prodotti nuovi e di elevata qualità»

Quell'industriale pratese ha stoffa

BEPPE CECCONI

■ A presiedere la Cassa di Risparmio e Depositi è stato chiamato Mauro Giovannelli un fine giurista che ha fatto parte di una commissione italiana vaticana quando è stato scritto il Concordato.

«Considero importante l'impegno affidatomi perché alla Cassa sono in gran parte legate le sorti di questa città dove sono nato e dove lavoro da 25 anni.

Il calo del dollaro fa diminuire l'esportazione in Usa, ma anche la bizzarria della moda sembra nuocere ai tradizionali prodotti pratesi.

Il calo del dollaro ha evidenziato alcune difficoltà che erano già implicite e comunque

Il Progetto sprint telematico vuol essere uno strumento di lavoro del bacino tessile pratese per ottimizzare i sistemi informativi. Nasce di intesa con tutte le categorie economiche ed è gestito da una nostra partecipata la Merchant Service. In questo sistema grazie al video bank possiamo dare specifiche informazioni in tempo reale.

L'immagine di Prato nel mondo è cresciuta, pur tuttavia l'immagine della città è rimasta indietro rispetto a quella del suo prodotto. Quali iniziative occorrono per superare questo scarto?

Questa è una città che lavora molto, qual'uno dice che la

vora anche troppo. Bisogna creare i momenti di espressione culturale che prescindano dalla sua struttura economica. Ci sono molti progetti patrocinati dalla Cassa C e la grande occasione offerta dal centro d'arte contemporanea Luigi Pecci che sta sorgendo in viale della Repubblica. Certamente valorizzerà l'immagine di Prato nel mondo.

La Cassa di Prato vive in stretta simbiosi con un'industria tessile particolare e rischiosa che riesce a sorprendere tutti per la sua vitalità. Quali sono le peculiarità caratteristiche di questo tessuto di credito?

Il ruolo della Cassa è quello di seguire l'evoluzione dell'impresa locale rivolgendosi alle

piccole e piccolissime aziende che trovano minore ascolto nelle banche di rilevanza nazionale. La Cassa si classifica al 40° posto fra gli istituti di credito nazionali, tuttavia si colloca al 3° posto nelle transazioni commerciali con l'estero. L'industria pratese esporta molto e noi sappiamo assistere gli operatori anche oltre la frontiera.

Oggi come oggi quali sono le armi che debbono sfoderare i pratesi per mantenere il successo economico?

La voglia di fare contando sulle proprie capacità imprenditoriali, la voglia di capire le novità nell'organizzazione industriale, l'uso continuo di nuove tecnologie, e poi la fantasia.

