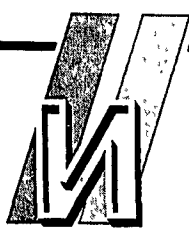


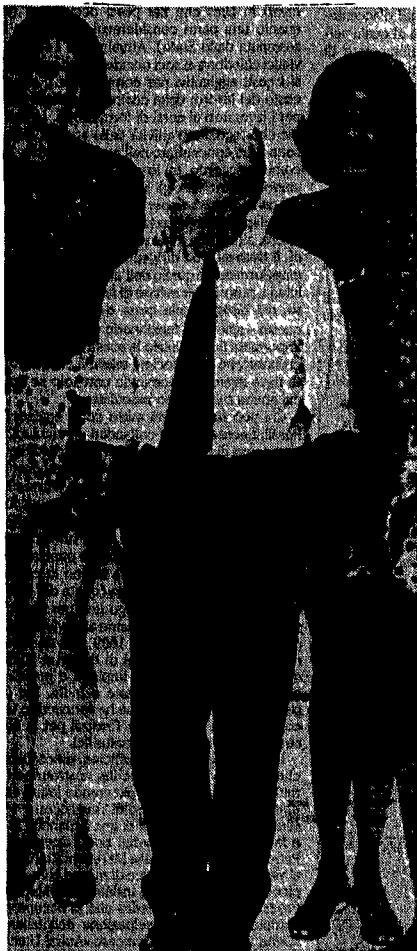
ITALIA Италия-2000



Folta partecipazione di stilisti alla manifestazione moscovita. Giovedì prossimo grande sfilata di collezioni dei maggiori sarti del nostro paese. Non trascurata la importante mostra del tessuto



# Tutte le occasioni di moda



**MILANO.** In valigia hanno messo i migliori modelli ma, soprattutto, la voglia di scoprire e di capire il mercato che si accingono a contattare. Un manipolo di stilisti è infatti partito alla volta di Mosca. Il 19 ottobre presenteranno le loro collezioni presso la Dom Modi, nell'ambito della manifestazione Italia 2000.

Alla trasvolata partecipano numerose case: Annapurna, Selene, Alberta Ferretti, Egon Von Furstenberg, Gherardini, Mon Rif, Les Copains, Marzotto, Dolce e Gabbana, Calugi e Giannelli, Romeo Gigli, Emilio Pucci, Milla Schon, Siccons, Trussardi, Verrì. Il pool è stato costituito ad arte per fornire un eloquente spaccato della produzione made in Italy: dalla confezione all'alta moda, attraverso il prêt-à-porter e le seconde linee. Senza omettere le avanguardie: affermate come Romeo Gigli ed emergenti quali Dolce e Gabbana.

La moda italiana si presenta dunque al gran completo: nelle sue molteplici espressioni. Compresa quella, spesso trascurata, del tessuto. Nell'ambito della mostra, infatti, la Federessile e Moda in Tessuto (fiera specializzata) hanno fornito delle stoffe a Slava Zaitzeff, insignite sarto sovietico. Con queste fibre tricolori il creatore sovietico sta confezionando gli abiti che presenterà in occasione delle sfilate degli italiani.

Italia e Urss si incontreranno dunque sulle pedane di moda. Ma cosa ne pensano di questo incontro i protagonisti dell'iniziativa? Cosa si aspettano da questa esperienza sovietica? «Siamo ai primi approcci», risponde Trussardi, «quindi ora come ora è importante fornire un'immagine positiva e completa della nostra produzione. Per questo motivo ho deciso di far sfilare entrambe le mie collezioni: il prêt-à-porter e la linea giovane Action. Inoltre sarò presente al salone della tecnologia con il telefono. Perché l'importante è disegnare un affresco dello stile e non del prodotto Trussardi».

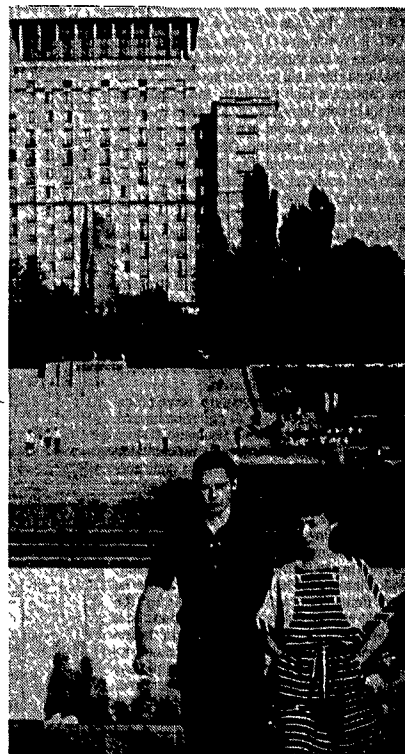
«Del resto», continua lo stilista, «sono ben conscio che l'operazione non avrà effetti economici immediati. Così come sono convinto che il futuro porterà accordi interessanti: in particolare ritengo che la formula vincente sarà l'esportazione di tecnologia; di un cosiddetto know how da far funzionare con manodopera locale. In tutta sincerità l'ipotesi di esportare mi sembra un po' improbabile».

Dello stesso parere è Alberta Ferretti: «Vado a Mosca con una collezione di grande immagine», dice la stilista. «Farò sfilare abiti da sera sofisticati e capi raffinati. So benissimo che l'esito economico non sarà istantaneo. Questa è una presentazione. E quindi, proprio in virtù dello spirito della manifestazione, ho voluto farmi conoscere al meglio».

Dal prêt-à-porter saliamo all'alta moda, ma le dichiarazioni non cambiano. «Sfilerei i capi couture», dice Milla Schon. «È stata una scelta di prestigio. L'alta moda è frutto di una tradizione artigianale coniugata all'innovazione stilistica; quindi ho ritenuto fosse il prodotto più rappresentativo del made in Italy. Il biglietto da visita più qualificante per la mia

griffe e per la moda tricolore. Al di là di questa esperienza ritengo comunque che l'Unione Sovietica abbia bisogno di tecnologia anche nel settore abbigliamento: un comparto nel quale l'Italia ha molto da dire».

Chiude la rassegna dei pareri Romeo Gigli, giovane punta di diamante del made in Italy, fondatore del minimalismo: uno stile che vuole la donna, diafana, priva di orpelli e calata in una femminilità silenziosa. Un'immagine molto sofisticata e difficile comprensione anche in Italia. Come verrà recepita dai sovietici? Non teme un riscontro negativo? «Chi si espone», risponde Romeo Gigli, «deve aspettarsi delle critiche e di questo poco mi importa. Al contrario mi soddisfa molto il fatto che i miei abiti siano stati scelti come espressione del made in Italy». Il che conferma che Italia 2000 sarà una grossa rappresentazione del vestire all'italiana; una presentazione che presumibilmente darà il via ad una grande amicizia economica. □ G.L.V.



Nostra intervista al celebre creatore di moda, Giorgio Armani, il primo italiano che ha sfilato con una propria collezione a Mosca

## «Gran voglia di tornare»

Unione Sovietica e moda. Questo è uno dei ritorni che nella manifestazione moscovita si sentirà spesso. L'Unione Sovietica, infatti, non ha necessità solo di nuove tecnologie per il proprio apparato produttivo e di servizi. In questo senso la partecipazione di aziende d'abbigliamento alla manifestazione ha indotto il nostro giornale ad intervistare una nota «griffe» internazionale come Armani.



lo stile universale; senza confini. Certo, nell'ambito di una linea verranno scelti dei modelli differenti anche in relazione al clima. Questo però è un problema di chi compra, non di chi crea.

**Cosa ne pensa dei gusti sovietici in fatto di moda?**

A mio avviso in questo paese sopravvive il concetto e l'immagine dello stile francese anni 50: il gusto per il capo complicato e sartoriale. D'altro canto, però, ho riscontrato una predisposizione per la moda semplice e realista. Sono stati commoventi i preparativi per la sfilata: le modelle si erano presentate truccatissime. Noi le abbiamo «ripulite». E loro si sono scoperte bellissime così: al naturale.

**Secondo lei è più facile accentrare la domanda sovietica o quella italiana?**

Sicuramente quella sovietica, perché c'è un grosso entusiasmo nella ricezione del prodotto. In Italia, l'offerta è elevata, anzi eccessiva. La gente, è satura, quasi soffocata.

**La linea Emporio comprende numerosi capi in jeans. Che effetto hanno sortito sulle passerelle di Mosca?**

Per ironia della sorte la collezione che ho mandato in Unione Sovietica aveva un'immagine decisamente «country», comprendeva molti jeans «old America». Poteva sembrare una voluta provocazione. In realtà si è trattato di una fortunata combinazione. All'inizio c'è stato un po' di stupore. Ma alla fine il prodotto è stato recepito bene.

**Cosa le ha lasciato, in definitiva questa esperienza?**

La voglia di iniziare un rapporto con l'Urss.

**MILANO.** Il ghiaccio lo ha rotto Giorgio Armani: il primo stilista italiano che l'anno scorso ha sfilato la sua collezione «Emporio» a Mosca. Al celebre creatore abbiamo chiesto di raccontarci l'esperienza sovietica e Giorgio Armani nonostante non rilasci più interviste ha voluto gentilmente risponderci illustrando le impressioni e le prospettive della «spedizione Emporio» a Mosca.

**Com'è nata l'idea di sfilare in Unione Sovietica?**

Sono stato invitato dal ministero. Ho accettato scegliendo di mandare solo la collezione «Emporio». Sapevo benissimo che i risvolti economici sarebbero stati marginali. Ma, nel contempo, mi ero reso conto che stava succedendo qualcosa. E bisognava agire. Per primi.

**Dunque è stata solo un'operazione di immagine.**

Non esclusivamente. Mi stimolava molto il contatto con la gioventù sovietica. E devo dire che l'incontro è stato positivo. Certamente più interessante di quello con i ceti dirigenti, che non sempre hanno agevolato questa iniziativa. In ogni caso mi risulta che la situazione sia cambiata. Anche se è passato solo un anno penso che Gorbaciov abbia fatto molto.

**Non sarebbe stato meglio che la moda italiana fosse sbarcata in Unione Sovietica con un'immagine più compatta: magari con una sfilata collettiva?**

Inizialmente c'era in programma un'iniziativa del genere. Però è andata a monte perché il promotore sembrava intenzionato a propagandare del-

l'altro e non il made in Italy. In seguito ho ricevuto un invito, strettamente personale, che ho gradito molto. È positivo agire in squadra, ma è anche vero che ciascuno di noi è un grande individualista. E non mi riferisco solo agli stilisti.

**Torniamo ai risvolti economici dell'Emporio a Mosca. Pensa che il futuro ce ne potranno essere?**

Sicuramente. L'Unione Sovietica è soggetta a profonde evoluzioni: mutazioni di costume che contengono anche una nuova attenzione per la moda. Certo, pensare di esportare è un po' utopistico. Credo sia più conveniente trasferire «in toto» delle collezioni, facendole riprodurre da manodopera locale. Questa, peraltro, mi sembra anche la soluzione che interessa mag-

giormente all'Unione Sovietica.

**Se questo progetto andrà in porto come sarà la moda Armani per il mercato sovietico. Ci saranno capi, studiati appositamente?**

Lo escludo. Non voglio impazzire cercando di assecondare i gusti nazionali. Credo sempre di più in una sana, semplice moda mondiale: nel-

## LA CONCIERIA ITALIANA IN URSS

La tecnologia dell'industria conciaria italiana è già abbastanza conosciuta in Russia. Ma oggi gli italiani vogliono stabilire con gli amici russi nuovi rapporti di collaborazione. Ci sono molti affari da concludere. I conciatori italiani potranno comprare, ad esempio, pelli grezze e sostanze chimiche. Oppure potranno vendere, anche tramite compensazione, le loro pelli conciate, considerate le più belle e le più «vive» del mondo. Saranno anche in grado di offrire le tecniche per depurare le acque, per smaltire i rifiuti e per tenere pulita l'atmosfera.

Oggi sono almeno 33.000 gli operai delle 3.000 aziende conciari. Si calcola che l'Italia produca il 12% del conciato mondiale e che, soprattutto attraverso le mostre Lineapelle di Bologna e di Firenze, stabilisca i grandi cambiamenti della moda. Il sindacato dei conciatori (U.N.I.C.) emette due volte all'anno la cartella colori e le tendenze moda, che vengono distribuite anche nelle due fiere sopra citate.

Da qualche anno l'esportazione del conciato «made in Italy» conosce un boom ininterrotto. Le fabbriche di manufatti (scarpe, borse, abiti, divani) dei vari Stati infatti si sono accorte che per migliorare il proprio articolo occorre l'uso del conciato italiano, che porta prestigio, qualità e conforto per il consumatore. Le concerie che hanno chiesto di venire a Mosca sono molte. Al momento, quelle che hanno completato la loro iscrizione in tutti gli adempimenti e che saranno perciò presenti sono: Cogolo, Con. Riunite GB, Gilpell, Juliani, Maffei, Map, Martucci T., Miramonti, Nuova Osba, Scamosceria Astico, Solofra, Zini. L'area degli italiani è collocata nel padiglione 2 stand n. 12.

U.N.I.C. - Via Brisa, 3 - Milano

## ПЕРЕСТРОЙКА SI PUÒ TRADURRE ANCHE IN AFFARI

Perestrojka in russo traduce riforma, trasformazione, indica l'avvio di un profondo rinnovamento tecnico-produttivo. Alle aziende italiane segnaliamo nuove occasioni in uno dei più grandi mercati del mondo. Dal 1971 il Gruppo Interexpo offre consulenze specializzate a chi già conosce questo mercato e a chi lo affronta per la prima volta. Organizza in Unione Sovietica mostre, viaggi d'affari, missioni, oggi più che mai strumenti indispensabili per tradurre in affari le nuove tendenze dell'economia sovietica.



Interexpo Milano via Pirella 73, tel. 02/256 30 37 - telex 02/256 71 21 - telex 02/1557 Esporm I  
Roma via G. Borel 4, tel. 06/80 35 19 - telex 06/80 35 19 - telex 02/442 Esporm I