

La stilista non fa nomi. Ma una foto pubblicata sul «Corriere della Sera» incastra la rivale. Sotto accusa anche Coveri

## Guerra di modelli alle sfilate di Milano Krizia accusa: «Sono stata copiata»

E Gattinoni manda nuda in passerella la nipote di Gengis Khan

MILANO. Krizia accusa i colleghi che la copiano, i fotografi scoprono da Missoni, Sergio Pea e Cividini polemizzano per l'accavallamento tra sfilate e conferenze stampa. Nel giorno in cui Gattinoni presenta uno stile da medioevo del futuro con la nipote di Gengis Khan nuda e una serie di punti metallici che «cuciono» le bocche, paradossalmente scoppiano litte e proteste. Per la serie, «il buio di si vede dal mattino», ieri, al primo appuntamento della quinta manche di moda donna, era già polemica. Cividini annuncia seccato al microfono che il suo show «arderà di oltre mezz'ora». La stampa quotidiana è stata infatti invitata a un incontro fuori dal calendario ufficiale e in sovrapposizione col défilé. «L'arroganza con cui certi colleghi si inseriscono sulle nostre presentazioni - stigmatizza Sergio Pea di Alma, alle prese con un problema analogo, poco più tardi - è insopportabile. Scriverò una lettera di protesta alla Camera nazionale della Moda».

Assai più movimentata, la contestazione dei fotografi che in tarda mattinata hanno bloccato la sfilata di Missoni, causando un ritardo di oltre un'ora. Giunti nella sala B della Fiera, dove era in programma il défilé, gli operatori si sono resi conto che vi era solo la metà dei posti necessari. Pertanto, sono usciti, incrociando le braccia. «Non ce l'abbiamo con la casa di moda - si lamentano - ma con chi ha progettato questa struttura, senza tenere presenti le nostre necessità». Per calmare gli animi, interviene Vittorio Missoni. La situazione si sblocca solo quando vengono tolte alcune sedie in sala, per far spazio agli obiettivi. Mentre gli esponenti inglesi della categoria decidono comunque di disertare, parte lo show nel quale Angela Missoni presenta la sua tipica maglieria nella nuova versione intagliata, come l'arte di Bruno Munari.

Tutto sarebbe pronto per la passerella successiva di Alma, famosa per i bustini a collane che per il prossimo inverno saranno di brillanti. Ma le polemiche riprendono il sopravvento sullo stile. «Ci sono colleghi che mi copiano», accusa Krizia, in un incontro con la stampa. Imbarazzata e timorosa del pettegolezzo, la creatrice in arte Mariuccia Mandelli non fa nomi. Ma addita le foto del Corriere della Sera del giorno, dove campeggiano un modello di Prada e uno di Mila Schon. In una sorta di piccolo tribunale per la giustizia del copyright modaiolo, entrano in aula gli originali di Krizia. La tunichetta bianca è simile a quella di Prada ma le due bande parallele nel capo dell'accusatrice sono di tessuto, mentre in quello dell'accusata sono di pellicola fotografica. Per Prada è assoluzione immediata. Ma per il modello di Mila Schon, raffrontato col bozzetto di Krizia non c'è attenuante: parlano le immagini.

La Mandelli mostra allora la foto di una sottoveste in pizzo, identica a quello di un'immagine della sfilata di You Young by Coveri. Alle istantanee si aggiunge l'aneddotica. «Tempo fa si è presentato un giovane stilista in cerca di lavoro, proveniente dall'atelier di Marina Sfondora - racconta Krizia - Come ho sentito questo nome, gli ho chiesto: non sarà stato lei a copiare quel mio vestito? Alla risposta affermativa del ragazzo non ho resistito. Si vergognò, ho esclamato. Certo, magari in buona fede, talvolta per inesperienza, i giovani tendono a riproporre idee già viste. Ma non appena me ne accorgo, straccio il bozzetto».

Come una puntata di Beautiful, la telenovela in cui due case di moda si contendono modelli esclusivi, il caso Krizia accende il chiacchiericcio tra gli addetti ai lavori. Ancora una volta, però, la realtà supera la fantasia della soap. Perché il problema della copie oggi va ben oltre il furto di un'idea, rivelando una crisi di tutto il sistema. «I tessutai forniscono la stessa materia prima a più di una maison», spiega Marina Faustini, direttore del nuovo mensile Donna che ai modelli copiati dedica addirittura la rubrica fissa «Separati dalla Nascita». Non a caso, Romeo Gigli che ieri ha chiuso la giornata con uno show per 1400 ospiti aveva in collezione un materiale di paillettes identico a quello di Cividini. Anche

per evitare questi incidenti, Roberto Cavalli si stampa in proprio, con una tecnica fotografica iperrealistica, jeans di pitone o tigrati, come quelli che indossava ieri il super top Marcus sulla passerella del creatore fiorentino. Per lo stesso motivo Anna Molinari mostra con orgoglio il jersey, effetto pelle umana, di certi abiti sirena, sottolineando che insieme agli altri tessuti della collezione è frutto degli studi di un laboratorio interno alla nostra azienda». «A prescindere dai materiali - continua Marina Faustini - ci sono comunque delle tendenze nell'aria che con l'ipercomunicazione fanno subito il giro del mondo, ispirando prodotti molto simili anche a distanza». Si potrebbe poi aggiungere che gli stilisti, sempre più impegnati nella gestione delle loro multinazionali, sono aiutati da assistenti che volano di un atelier in atelier. Da Mila Schon per esempio lavora Anna Domenici che fu braccio destro di Krizia.

Prima di lei c'era Marisa Modiano, proveniente da Krizia che a sua volta l'aveva strappata ad Armani. Insomma, la moda cresce, sino a scoppiare in tutti i sensi, come dimostra la giornata di ieri. Ma i talenti in circolazione sembrano gli stessi col risultato che le idee si dividono, anziché moltiplicarsi.



Gianluca Lo Vetro

Alona Khan, nipote di Gengis Khan

Rellandini/Reuters

ENRICO COVERI

### «Somiglianze possibili Assurdo il plagio»



«Non solo abbiamo sfilato un giorno prima di Krizia, ma un assistente della signora», vedendo la foto del nostro modello sul giornale, ha telefonato al mio studio, chiedendo come fosse possibile tener su quei due pezzi di stoffa». Marina Spadafora, rilancia l'accusa di plagio e contrattacca Krizia.

Al contrario, gli altri imputati scelgono una linea di autodifesa morbida. «Sono molto dispiaciuto per la polemica - dichiara Francesco Martini, designer di You Young, by Coveri, nonché nipote dello stilista scomparso - Ogni stagione ci sono temi che accomunano le collezioni. Di conseguenza può succedere che vi siano delle somiglianze. Alle scorse sfilate imperverava Lolita: tendenza alla quale si sono allineati molti marchi. Quindi, ribadisco la possibilità di qualche similitudine». «Personalmente, però - conclude Martini - preoccupano molto di più i prontisti che replicano i nostri modelli a basso costo e a una qualità molto inferiore, che non le eventuali somiglianze con griffe comunque importanti».

Meno articolata ma più secca la replica di Mila Schon: «Non ho mai copiato in 40 anni - dice la storica star della borghesia milanese - figuriamoci se inizio a farlo adesso». E se quell'abito fosse opera di Anna Domenici che affianca Mila Schon e proviene proprio dalla maison Krizia. «La nostra stilista lavora qui da 4 anni - replica Mila Schon - Anche per lei vale la mia risposta: non ha mai copiato in tutto questo periodo, perché dovrebbe iniziare proprio adesso?»

I PRECEDENTI

### Per Chanel è un vanto essere molto imitata



I precedenti sono illustri e ancor più sensazionali, visto che Courrèges e Pierre Cardin in certe stagioni del loro grandioso passato hanno addirittura deciso di non sfilare per non offrire il fianco e le collezioni ai ladri di idee. Il plagio insomma è vecchio come la moda anche se Chanel si è sempre vantata dei suoi imitatori ritenendo semmai «preoccupante» il momento in cui l'avesero più copiata. Dello stesso parere, Roberta di Camerino che l'anno scorso accusò Miuccia Prada di aver replicato alcune delle sue storiche e preziose borse di velluto. «L'imputata reagì sobbando: «Con tutte le cose che mi copiano - disse - non voglio neanche spendere una parola

per questa vicenda». A discolpa di Prada si disse che i modelli della di Camerino erano d'epoca. Quindi, poteva trattarsi anche di un revival. Fatto sta, che Roberta non si è data per vinta e quest'anno ha rimesso in produzione e presentato quei pezzi al centro della polemica.

Peccato che la signora in questione non faccia pubblicità, mentre Prada promuove i suoi prodotti con campagne massicce su tutti i media. Morale: secondo le memorie sempre più corte, questa stagione Roberta di Camerino avrebbe copiato Prada. Per la serie, il magico potere dei media in grado di rendere vero, ciò che è falso.

Scoperti due laboratori di registrazione

## Già clonate le canzoni del festival di Sanremo A Palermo e Napoli sequestrati centinaia di Cd

PALERMO. Il festival di Sanremo si è appena concluso, ma l'industria del «falso» si è già messa al lavoro. Ben due laboratori di cassette pirata sono stati scoperti dalla Finanza a Palermo e Napoli. Nel primo sono stati trovati le registrazioni con i master di 184 canzoni tra le più gettonate comprese le due compilation del festival. Due persone sono state denunciate a piede libero per violazione della legge sul diritto d'autore. Sono state sequestrate otto piastre di registrazione professionali, con mille metri di bobina ciascuno, 20 mila cassette pronte per essere contraffatte e 140 mila «copertine» false. Tra i cantanti presi di mira, oltre ai concorrenti di Sanremo, anche artisti internazionali come Bob Dylan e Tina Turner. La Finanza sta cercando adesso di individuare il «canale» attraverso il quale l'organizzazione è riuscita a entrare in possesso dei master, cioè degli originali delle registrazioni. L'impianto di riproduzione sequestrato, secondo gli investigatori, era «sofisticatissimo ed era in grado di duplicare ed assemblare circa 2500 musicassette in un'ora».

A Napoli, invece, la Finanza ha sequestrato circa 47 mila Cd. Le operazioni si sono intrecciate sul territorio napoletano per contrastare il vasto fenomeno della duplicazione e della vendita illegale di Compact disc e musicassette contraffatte, che

riproducono, nella maggior parte dei casi, brani tratti dall'ultimo Festival di Sanremo. Le forze dell'ordine sono anche denunciate una decina di persone per falso e contraffazione.

Intanto, arrivano le classifiche. Il mercato italiano ha accolto con un doppio disco di platino (200 mila copie) «Ray of Light», il nuovo album di Madonna presentato in anteprima al festival di Sanremo. Secondo i primi dati forniti dalle case discografiche il passaggio a Sanremo sta premiando almeno alcuni artisti, a cominciare da Annalisa Minetti il cui album di debutto ha già toccato 50 mila copie vendute. Oltre a Madonna, altri due «big» stranieri si sono trovati in modo clamoroso dell'esibizione al festival, Michael Bolton e Celine Dion: «My secret passion: the areas», l'album dedicato ad alcune delle più celebri arie del melodramma («Nessun dorma» compreso) dal cantante americano che all'Ariston ha proposto anche «Nessun dorma», ha toccato quota 80 mila copie vendute, un traguardo certamente insolito per dischi di musica classica. Quanto alla Dion, che invece al festival ha fatto ascoltare tra l'altro il tema del «Titanic», il suo album più recente, «Let's talk about love», che aveva già venduto 500 mila copie, in questi due primi giorni viaggia a una media di 15 mila copie al giorno.

Firenze, l'iniziativa di «Reality Magazine»

## Pacciani invade Internet Dipinti con scene inedite e poesie scritte in carcere

FIRENZE. Anche dopo la morte, Pietro Pacciani continua a far parlare di sé. L'uomo che è stato a lungo in carcere per l'oscura vicenda degli otto duplici delitti del mostro di Firenze, condannato in primo grado e poi assolto in appello, ha ora invaso Internet. Nella rete delle reti sarà presto inaugurata una galleria di disegni di Pacciani, in gran parte inediti, accanto ai quali si potranno leggere anche alcune poesie composte dall'ex condottino di Mercatale. L'iniziativa è di Reality Magazine, una rivista on-line nata qualche tempo fa a Firenze per lanciare uno sguardo virtuale sul mondo reale, che in questo modo particolare vuole ricordare Pacciani, morto nella notte tra il 21 ed il 22 febbraio scorso in assoluta solitudine nella sua casa di Mercatale Val di Pesa, a pochi chilometri da Firenze.

I disegni, anche se inediti, non sarebbero poi molto diversi da quelli che hanno fatto il giro del mondo sui quotidiani in occasione dei processi: scene campestri surreali, i mostri dei sogni di quest'uomo misterioso. Da

oggi, comunque potremo verificare visitando il sito [www.realitymagazine.com](http://www.realitymagazine.com), nella cui sezione copertina i disegni di Pacciani ed alcune sue poesie scritte in carcere saranno visibili. Secondo le intenzioni degli animatori della rivista virtuale, tra cui figurano alcuni giornalisti e l'avvocato Nino Filastò, attuale difensore di Mario Vanni, uno dei «compagni di merende» di Pacciani, ognuno guardando i disegni e leggendo le rime potrà dare la risposta che crede ad una domanda che da otto anni tormenta magistrati, criminologi, giornalisti e gente comune: chi era veramente Pietro Pacciani?

Reality Magazine non è l'unico sito ad occuparsi di Pacciani. I motori di ricerca dell'immenso mondo virtuale di Internet segnalano che il nome di Pietro Pacciani compare in almeno trenta diversi siti: da quelli di archivio dei quotidiani e dei settimanali a quelli specializzati in serial killer ad oggi ancora irrisolti.

Lu.Ma.

Pubblicità, un sondaggio tra cento addetti ai lavori promuove le conduttrici televisive: «Sono più credibili»

## Le Schiffer non funzionano, meglio le giornaliste

Al primo posto Maria Concetta Mattei (Tg2), poi Antonella Clerici e Gaia De Laurentiis. Solo quarta Eva Herzigova, bocciate le sportive.

ROMA. Basta con le solite attrici da salotto, alla larga dalla bellezza senza anima delle top model. Vuoi mettere la freschezza, la semplicità, la familiarità, la comunicativa delle giornaliste televisive? I pubblicitari d'Italia non sembrano avere dubbi: sono loro le testimonial più credibili. E per averle, sarebbero disposti a retribuirle con cachet da favola, addirittura miliardari. A stilare la curiosa classifica è stata la redazione del settimanale *Pubblico*, che ha condotto un sondaggio tra cento pubblicitari cui è stato chiesto di dare risposta a quattro quesiti: quale categoria professionale è la più credibile per pubblicizzare un prodotto, quali i nomi preferiti, quale cifra sarebbero disposti a spendere ed infine quale spot farebbero girare al loro personaggio. Ebbene, al primo posto si è classificata Maria Concetta Mattei, conduttrice di punta del Tg2. Per averla in scena, i pubblicitari sarebbero pronti a versarle un assegno di un miliardo. Al secondo posto un'altra giornalista della Rai,

Antonella Clerici, cresciuta nelle redazioni sportive e da qualche mese ancor più nota grazie alla conduzione di Uno Mattina. Uno spot le frutterebbe circa settecento milioni. Sul terzo gradino del podio non una giornalista, ma un'attrice a tutti gli effetti, che deve tuttavia la sua popolarità alla conduzione di *Target*, settimanale di Canale 5: la quotazione di Gaia De Laurentiis supera il mezzo miliardo di lire.

E Claudia Schiffer e Naomi Campbell? In classifica ci sono, ma non nei primi posti. L'unica top model discretamente piazzata è Eva Herzigova, reduce dal successo di Sanremo, che conquista il terzo posto. Male anche Deborah Compagnoni dopo l'exploit di qualche mese fa con una marca di reggiseni. Più gradite le presenze di altre due giornaliste televisive, Cristina Parodi (Canale 5) e Barbara Modesti, conduttrici del rotocalco di Rai1. *Prima di tutto*. «Le giornaliste - spiega il pubblicitario Aldo Blasi -

sono riuscite a diventare insieme personaggi, donne di spettacolo e allo stesso tempo hanno mantenuto dei valori di credibilità e serietà tipici della loro professione. E poi ultimamente sono diventate molto più carine di una volta».

Maria Concetta Mattei è stata votata dal 10,8% dei pubblicitari. La giornalista dovrebbe posare su un'auto sportiva mentre si fa gioco di un campione di Formula Uno, come nello spot che ha per protagonisti Boris Becker e Mika Hakkinen. Antonella Clerici invece, scelta dal 9,4% degli intervistati, sarebbe a loro avviso ideale per posare in una vasca coperta di bagnoschiuma. Gaia De Laurentiis, 8,6% dei voti, non avrebbe rivali nei panni della sportiva che si lancia con un paracadute. Infine il ruolo della Herzigova: per i pubblicitari, dopo Sanremo potrebbe vestire i panni di una professoressa sexy che dà lezioni d'italiano.

A.Ga.

LE PROTAGONISTE

### Mattei: «È solo un gioco» De Laurentiis: «Sono pronta»

ROMA. «Divertente, no? Lo ammetto, mi sento gratificata, ma prendo questo risultato come un gioco». Sorride Maria Concetta Mattei, e con la voce sembra accarezzare questo piccolo regalo che le viene dai pubblicitari italiani. «Solo un gioco, certo, sai bene che il nostro contratto non ci permette di fare pubblicità. Però è davvero una bella sorpresa, una di quelle che ti fanno dire, beh, sono sulla strada giusta».

Il miliardo? «No, nessuna tentazione di cambiare mestiere. Rimango dove sono, il mio lavoro mi piace, ora lo farò con ancor più convinzione». Certo sei riuscita a metterti alle spalle donne come la Herzigova.

(sorridente ancora) «Si vede che il sondaggio l'hanno fatto prima di Sanremo...» Perché questo successo delle giornaliste televisive? La bellezza, d'accordo, ma forse la professionalità, la capacità di dialogare con il pubblico hanno avuto un peso determinante.

«Credo che un conduttore di telegiornale non possa essere giudicato senza valutare la qualità del prodotto che presenta. Se il giornale funziona mette in risalto anche noi che lo leggiamo. Merito anche del tipo di linguaggio. E anche della professionalità, accumulata, per quanto mi riguarda, in dieci anni di gavetta nella sede Rai di Trento».

Restando al gioco, quale spot pre-



La conduttrice televisiva Gaia De Laurentiis

feriresti girare? «Quello che hanno indicato, non tanto per la Formula Uno, quanto perché mi piace condurre il gioco. In fondo non è così diverso dal condurre un Tg, comunque il volante in mano lo tengo io».

La terza classificata è Gaia De Laurentiis, bellezza indiscutibile, ma capace di conservare una sorprendente semplicità. Attrice, oltre che conduttrice di *Target*, da una settimana impegnata nelle riprese del suo primo film da protagonista, una commedia brillante. «Mezzo miliardo, dici? Davvero? Ma perché non me lo chiedono?»

Viva la pubblicità, allora. «Certo, mi piace tantissimo. Se è fatta bene è un piacere guardarla. E

se dovessero propormi una cosa carina accetterei subito».

Ai pubblicitari piacerebbe vedere un tuo lancio con il paracadute... «Mah, non credo proprio di essere il tipo sportiva-spericolata. Mi sento molto più mamma che Rambo. A cosa mi piacerebbe fare pubblicità? Nell'ordine: gelato, cioccolato, poi creme di bellezza, profumi, cose così... Ela Coca Cola».

Tutte italiane ai primi posti, vuol dire qualcosa?

«Sì, fare pubblicità vuol dire entrare nell'intimità delle case, dei rapporti familiari. Chi la interpreta deve rappresentare la società a cui quel messaggio è rivolto».

Andrea Gaiardoni