

Addio jeans, pelle da rivoluzione

Levi's in crisi: esaurito il mito dell'abito che ha vestito James Dean e il '68?

Blu denim addio. La tela a prova di bomba che cent'anni fa è stata utilizzata per la genesi dei jeans dall'intraprendente bavarese Levi Strauss è in decadenza. E non perché abbia perso in tenuta o si sia sfilata se non volutamente, ma perché non è riuscita a resistere al cambiamento dei tempi. Così la Levi's Strauss & C ha annunciato che taglierà ben mille posti di lavoro nelle sue fabbriche degli Stati Uniti e sta prendendo in considerazione l'ipotesi di chiudere quattro stabilimenti in Europa, tre in Belgio e uno in Francia, per ridurre del 20 per cento la forza lavoro (1.460 unità). Ora si passa alle trattative sindacali, ma dovrebbero essere proprio i due impianti di finitura del Texas i primi ad essere falciati, uno a El Paso e l'altro ad Amarillo. Sembra strano, ma è così. Come non associare la parola Texas alle gambe robuste di un benziario, di un cowboys, ma soprattutto di un giovane navigatore delle strade sconfinite negli anni della contestazione, rivestite dalla «pelle» bluasta con tasche da tutte le parti dei mitici blue jeans? Per non parlare del film, dalla gioventù bruciata di James Dean alla virilità provocatoria di Marlon Brando, dalla trasandatezza hippie di Dennis Hopper di «Easy Rider» a Matt Dillon, ragazzo della cinquantaseiesima strada. Ma, prima di indossare il Borsalino e incollarsi

LE NUOVE TENDENZE
I teenagers ora vogliono i pantaloni ampi e calati nello stile dell'hip hop

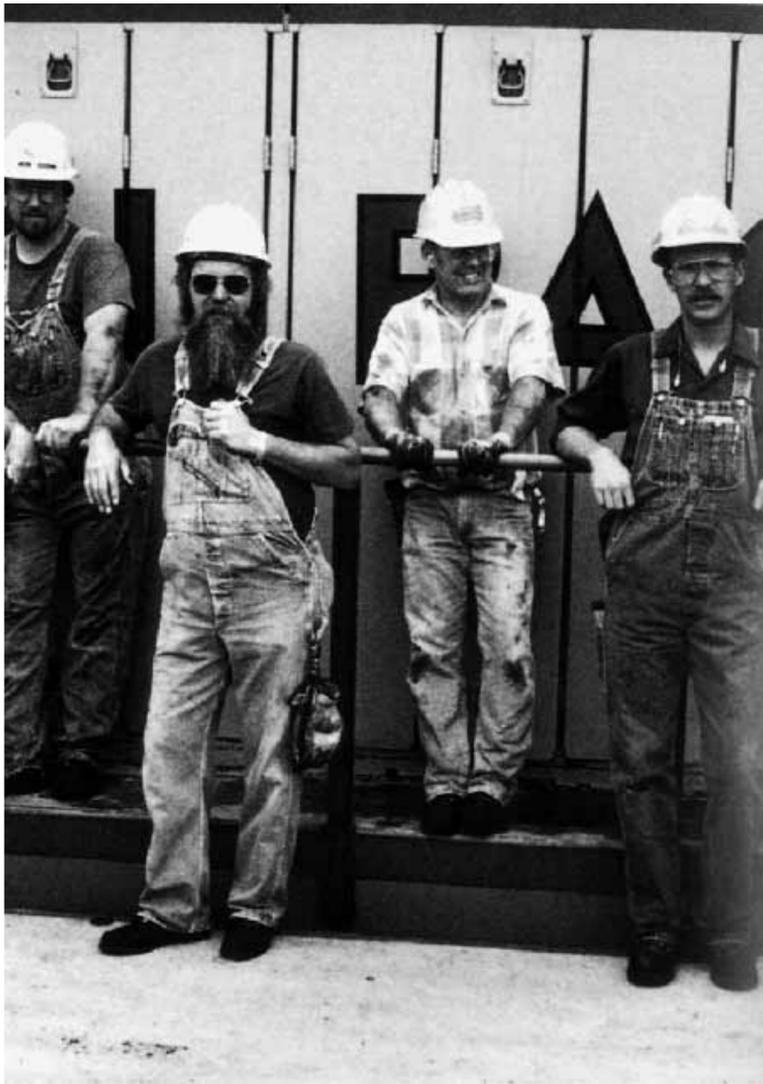
la sigaretta in bocca, anche Humphrey Bogart, magari a cinque anni, sfoggiava turtine in tela blu denim.

Ecco, proprio il pantalone che è stato il primo segno fisico della «globalizzazione», usato in tutto il mondo, segno di riconoscimento di uno stile di vita giovanile trasgressivo e rivoluzionario, è la vittima del calo demografico nei paesi industrializzati. Uno dei motivi che hanno spinto al Levi's a proporre la ristrutturazione è, infatti,

il calo della popolazione giovanile che in Europa raggiungerà il 5 per cento entro il 2005. Ma già negli ultimi cinque o sei anni, in Italia, le perdite nella vendita sono state del 15%.

Insomma, il futuro si prospetta sempre più «vecchio» e, si sa, chi indossava i jeans in gioventù, per ribellione, ora si li mette solo per comodità, per lavorare, ma ripiega più facilmente sul fresco lana o il borghese tweed.

Accanto alla spiegazione oggettiva, però, c'è l'ineffabile mutazione del costume e delle tendenze nella scelta degli abiti. Sono proprio i teenagers a disertare dalle truppe dei «jeansati». «Si sono create delle nicchie di stile di vita, nel mondo giovanile, che sono complementari a quelle che finora si sono riconosciute nell'uso dei jeans», spiega Tullio Portone, general manager della Levi's Strauss Italia, «e quello che era un modo di diversificarsi dal mondo adulto, indossare il jeans, ora non ha più lo stesso valore di rottura, di trasgressione». Ma cosa sta sostituendo la tela da 14,5 once, il blu che più è scolorito più è bello, sottolineato dalle impunture color ruggine e puntigliato dalle microborchie in rame marchiate L.S. &



Operai nel Nebraska (dal libro «Ovest di Omaha»)



Un'immagine pubblicitaria della Levi's

La storia

La stoffa dell'oro

Il sarto Levi Strauss aveva 17 anni quando arrivò a San Francisco nel 1850. Capi subito che la sua missione era quella di vendere tela robusta ai cercatori d'oro. E osservandoli lavorare capi che avevano bisogno non solo di pantaloni robusti, ma anche comodi e pieni di tasche dove infilare gli attrezzi. Dieci anni dopo, sostituì la ravidità della tela che usava con una stoffa più morbida chiamata «tela di Nimes», tessuta a Genova, tinta di blu: nacque così i jeans e il denim (storpiature di Genova e Nimes).

C., i cinque bottoni dei mitici 501? Semplice, gli abbigliamenti legati ai nuovi sport usati tutti i giorni. I veri concorrenti della Levi's, più che le altre case o le griffe dell'alta moda, stanno diventando i pantaloni «over size» degli «skaters», le tenute da «surfers». «È chiaro che un giovane che fa surf non si compra più tre jeans, ma due e un pantalone da surf. E così un ragazzino che passa il giorno sullo skate bord ha bisogno di un abito comodo, largo, che gli permetta i movimenti più arditi», continua Portone, «l'area dello sport ha invaso certi settori della moda e, soprattutto,

rappresenta un nuovo stile di vita proprio di certe nicchie sociali molto frammentate». Tute, «baggy» extralarge indossati con enormi scarpe da basket o da fitness, tagli alla «zuava» al ginocchio di cinque o sei misure in più, sono l'immagine che sta fissando il look giovanile di fine millennio. È nato per le strade dalle evoluzioni della break dance, dalle sonorità ripetitive e molleggiate del rap e dall'hip hop. A dettare legge nella moda, ancora una volta, sono stati

i neri americani, attraverso quelle forme musicali e di comportamento che ancora conservano qualcosa di trasgressivo. Ma il nero, questa volta da parte dei bianchi, è stato il segno di riconoscimento della provocazione punk e delle tenebre dark.

Un altro filone «rivale» del jeans è quello militare, da combattimento, filo diretto del «rambismo» ma al tempo stesso espressione di una forma di contestazione alle convenzioni sociali. E a dare il colpo di grazia alla forza rivoluzionaria del jeans è stata l'alta moda. Una volta «griffata» la tela, impreziosita da lustrini e mutata in carta (da Ferré) o resa fosforescente (da Exté), il valore trasgressivo è irrimediabilmente sfumato. E cosa dire degli strappi, le lacerazioni all'altezza delle ginocchia create apposta dalle fabbriche e messe in vetrina? Se, come riconosce Portone, «per i figli di quelli che indossavano i jeans negli anni '70 sdrucire la tela era un modo di diversificarsi, di imporre la loro autonomia», oggi non ha senso nemmeno fare questo.

L'ALTA MODA

Con i suoi modelli griffati e modificati ha sferrato un duro attacco allo stile jeans

N. L.

Einaudi
Pléiade
U.E.G.
Edizioni di Comunità
Edizioni EL
Baldini&Castoldi
Electa
Illustrati Mondadori
Leonardo
Meridiani Mondadori
Ricciardi
Fondazione Valla



Einaudi Diffusione

Hai meno di 30 anni? Sei un forte lettore?

Abbiamo un'offerta
straordinaria
per far crescere la tua
biblioteca

Vieni a trovarci!

Agenzie

CONTO
APERTO

Einaudi - Electa

Per conoscere l'agenzia
della tua città chiama il:

187-220977