



BLAUER - FOOTWEAR

Moda

Il Pitti di Firenze

Doucal's Linea Dandy in suede rosso, realizzata con lavorazione «a sacchetto», che dà grande flessibilità



Bagutta La camicia maschile in cotone della linea Bagutta di Milano con stampa vivacissima, quasi psichedelica appartenente all'archivio storico del marchio



Blauer La collezione Blauer Usa prodotta da Febos: qui Charlotte, modello femminile dalla tomaia innovativa



Moda e arte
Il progetto
L'omaggio a Björk di Gucci Garden

Progettare musei non è semplice. Il progetto di un Museo della moda italiana è già apparso tra le osservazioni del neoministro per i beni culturali Alberto Bonisoli all'inaugurazione di Pitti a Palazzo Vecchio. Ma proprio a una manciata di metri da lì, ecco la sede di un museo che della moda ha coniugato i due volti, quello convenzionale, l'abito, e quello più contemporaneo, la



Installazione nelle nuove sale e una delle borse decorate da Isabella Cotler

rilettura della creatività. Di questo vive il Gucci Garden. Alla galleria permanente studiata da Alessandro Michele, creativo della griffe, e da Maria Luisa Frisa, storica di moda, per raccontare la storia gucciana da ieri si è aggiunta una area dedicata alle esposizioni temporanee: due nuove sale, le *period room* dove ora è ospitato un omaggio alla cantautrice islandese Björk. Al centro l'abito creato da Michele per il video musicale *The Gate* (2017): abito luminescente e dalle fattezze di una creatura onirica trasformato ora in installazione. Ma il Gucci Garden riserva un'altra sorpresa: nel suo Cinema da camera sarà possibile vedere un corto, un nuovo episodio di *Zeus Machine*, parte di un ciclo firmato dal gruppo Zapradur. In perfetta sintonia con il Garden museale in muratura, quello arboreo (33 ettari) di Boboli. «Il nostro progetto culturale su tre anni — ha detto Marco Bizzarri, presidente Gucci — vuole riportare prestigio a uno dei patrimoni artistici e naturali più importanti del mondo».

G. Bauz.



- 1 Z Zegna per la prossima estate
- 2 Giubbino in jeans stampato di Manuel Ritz
- 3 Ferrante, mischie lino e cotone/seta
- 4 PT01, omaggio a Fellini
- 5 Il denim di Roy Roger's



Sostenibilità e ricerca
E poi sport e sartorialità
Il gioco delle contaminazioni

Il ministro Bonisoli: «La moda è cultura, ascolterò tutti»

DA UNO DEI NOSTRI INVIATI

FIRENZE Cinquecento e dodici. I primi sono quelli che danno nome allo storico Salone di Palazzo Vecchio a Firenze, gli altri i giorni succedutisi alla nomina di Alberto Bonisoli a ministro per i beni culturali, la presenza più attesa ieri all'inaugurazione di Pitti Uomo. «La moda è cultura — ha detto il ministro —. Certo l'aspetto economico è imprescindibile e trainante per il Pil del Paese, ma la creatività legata alla moda e ciò a cui dà vita resterà per le generazioni future». Insomma la moda resta una priorità. E Bonisoli parla anche di valorizzare archivi e storie illustri della creatività Made in Italy. Anche di trovare una formula per sviluppare il progetto di un Museo moda e costume. Ma i fondi? «Siamo ancora in una fase di studio: vogliamo ascoltare le voci di

chi fa parte del Sistema Moda, conoscere i progetti iniziati e ciò che è già stato imbastito».

Resta il fatto che il comparto moda corrisponde a un giro d'affari di 94,2 miliardi di euro di fatturato nel 2017 (in crescita del 3,2%), secondo solo alla meccanica. Lo ha sottolineato Claudio Marenzi, presidente di Pitti Immagine e Confindustria Moda. «Molti giovani creativi vorrebbero venire a studiare moda in Italia, ma ottenere un visto è difficile e finiscono con l'andare altrove — ha detto Marenzi —. Dobbiamo aiutarli».

All'insegna di una pacata serenità si è aperta l'edizione numero 94 della manifestazione fieristica (premio alla carriera a Bagutta, la griffe di camicie della Gavazzeni family) dove quest'anno sono presenti 1.240 marchi dei quali oltre il 45% provenienti dall'estero: due gli spazi dedicati

Uffizi

Ieri, all'inaugurazione di Pitti, il ministro Alberto Bonisoli ha annunciato il rinnovo dell'accordo tra Uffizi, Centro Fiorentino per la moda e Pitti per la promozione e valorizzazione della moda e del museo del costume in Palazzo Pitti

in particolare ai giovani designer della Georgia e ai talenti scandinavi. Le rive dell'Arno piacciono anche alla maison Zegna. La linea *couture masculine*, dall'indirizzo stilistico prezioso e originale di Alessandro Sartori, ha la sua passerella in Milano, qui invece il designer, con affianco il patron della griffe Gildo Zegna ha presentato il nuovo corso di Z Zegna, annunciando anche come volto e corpo identificativo il tennista green Alexander Zverev, il più giovane tra i top della classifica ATP: sartorialità e sportività, in questo caso il tennis, continuano a essere la carta vincente della collezione.

Perché a Pitti le contaminazioni, come si usa in gergo, sono la chiave di lettura del futuro. All'interno della Fortezza così ecco inaugurarsi un nuovo padiglione, per ora micro ma ben delineato: i go

Accessori tech

Lo zaino (con antifurto) che fa da solo l'inventario

La funzione d'uso, contenere, non può certo essere cambiata. Ma imprescindibili oggi sono il volto e l'anima di uno zaino come di una borsa. «La scelta è legata a una questione di praticità ma anche di stile», dice Marco Palmieri, presidente e a.d. di Piquadro. Gruppo oggi con all'attivo nel portfolio anche lo storico marchio francese Lancel, acquisito da Richemont; un anno e mezzo fa era stata la volta di The Bridge. «Puntiamo su nuove lavorazioni del cuoio,



Il nuovo zaino di Piquadro

dna del marchio: i nuovi modelli sono più leggeri e morbidi — spiega Palmieri —. La tecnologia invece è la sfida stagionale per Piquadro». Dopo il manico della valigia in grado di pesarla pre imbarco in aereo, zaini e borse propongono oltre a sistemi antifurto, sistemi salvavita e salvamemoria. «Un dispositivo può monitorare la qualità dell'aria e capire, se un luogo è troppo inquinato; un'etichetta "parlante" con l'agenda e da applicare all'esterno è in grado di fare l'inventario nello zaino: un dispositivo allerta il proprietario su ciò che si è dimenticato di inserire». (G.Bauz.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Storia e innovazione

Dalla Dolce Vita all'Igloo I settant'anni di Herno

Esta per i 70 anni di Herno (e i 50 di presenza in Giappone) raccontati in una Leopolda allestita con la classica Library del marchio (in formato big) per ripercorrere la storia di un'eccellenza made in Italy che ha accompagnato l'evolversi del costume e della moda nel nostro Paese. Si parte con il prodotto cult, l'impermeabile o anche «l'imper» come si ascolta nei filmati Anni 50 dell'Istituto Luce. Si prosegue con l'elogio del cappotto in cashmere double, quando la sartorialità di confezione raggiunge alti



1965 Collezione Herno di 53 anni fa