

Moda I protagonisti

Quelli che sperimentano

Uomini La crescita del mercato e la competizione con i turchi. «Pagano a peso d'oro i nostri stilisti»

Super cotone e micro fantasie Le nuove camicie su misura

Albini: come distinguere una napoletana da un capo fatto a Londra

«**H**o presentato il nostro Millennium Star in Cina: ne avevo prodotti un migliaio di metri e non solo li ho venduti tutti, ma ho raccolto ordini per molti di più» («E non so neppure che c'inventeremo per riuscire a produrle, quelle migliaia di metri aggiunti», è la frase non detta che gli si legge in volto). Il nome di Silvio Albini dice poco: è un signore elegante, camicia su misura, le tradizionali iniziali ricamate sotto il taschino, fresco presidente di Milano Unica, il Salone

Manifesto

«La filatura industriale italiana del cotone è quasi sparita, come è successo in Gran Bretagna: ci piacerebbe farla rinascere»

del tessile, in calendario due trasferte di gruppo importanti: a marzo a Pechino, in autunno a Shanghai. È a capo della più importante azienda produttrice di cotone d'alta gamma del mondo: dalla coltivazione delle piante alla vendita, «filiera verticale completa», otto stabilimenti, oltre 100 milioni di fatturato. Il Millennium Star è la sua ultima invenzione: un chilo del filato che serve a produrlo costa 300 dollari, come la migliore seta, come il cachemire. Solo che è cotone, anche se a toccarlo sembra raso. Possibile?

Alla tempesta perfetta dell'aumento

L'idea

Boglioli a Tokio (via Brescia)

La strada da Gambarara (Brescia) a Tokio può essere molto meno lunga e tortuosa della via della seta, grazie a uno dei tanti esempi di stile made in Italy da esportazione: il profilo della casa di abbigliamento lombarda in Giappone è sempre più alto grazie a una serie di (molto fotografate dalle riviste maschili) collaborazioni nipponiche a cinque stelle. Una strategia mirata: la collaborazione dell'anno scorso con il marchio cult Kolor per due giacche (seicento esemplari in tutto) in edizione limitata con



ricavato in beneficenza alle vittime del terremoto giapponese. E quella appena presentata alla settimana della moda milanese (sede nobile: la Biblioteca Braidense) con la nuova collezione e la mini linea «Boglioli Blue» realizzata in collaborazione con lo stylist giapponese Takuji Suzuki: parka, montgomery, cappotti doppiopetto slim fit, bomber e blazer interamente in velluto, lana o cashmere.

M.Per.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

dei prezzi delle materie prime («Mai visto niente di simile, il cotone triplicato in poco tempo»), Albini ha retto con una strategia tutto sommato semplice: comprandosi le piantagioni e sottraendosi così alla dittatura del mercato. Il cotone migliore si coltiva in Egitto, spiega: nel 2009 inaugura una tessitura ad Alessandria, l'anno dopo una tintoria a Delta Dyeing. Nel maggio 2010 in Egitto fiorisce il suo primo campo di Giza 45 e Giza 87, nomi in codice dei cotone più pregiati (e richiesti), 250 persone che ci lavorano. «La conoscenza del settore ci ha fatto capire, in anticipo sugli altri, che il mercato stava cambiando: abbiamo accumulato prima del grande picco e poi coltiviamo in proprio. Oggi i costi sono più stabili ma la lezione è stata chiara: il controllo delle materie prime sarà sempre più importante, l'accaparramento che ne fanno i cinesi sta diventando una consuetudine, i miliardi di nuovi

consumatori cominciano a pesare».

Che camicie andranno la prossima primavera (non questa che arriva, ma quella del 2013, perché chi lavora sui tessuti vive perennemente proiettato in un futuro lontano)? Fantasie minimaliste, righe più strette, quadretti più piccoli, minuscoli pois, fiori appena accennati. Sobrietà. Per l'estate molto colore e il ritorno del lino, anche i mischia con il cotone sottile. E poi la riscoperta di un grande classico: il denim. Le cartelle con i campioni di tessuto che Albini esporta in 80 Paesi del mondo raccontano le nuove tendenze nella camiceria da uomo. «Il segmento della camicia su misura sta crescendo molto: non è facile, ma chi la sa fare bene oggi ha molto successo. Penso che la camicia su misura sia la vera, nuova camicia classica».

La Turchia, nel cotone, si sta facendo sotto: la maggiore produzione passa tutta da lì. Come risponderete? «I turchi sono bravi, hanno industrie che funzionano, guadagnano e quindi possono investire in nuovi macchinari, con strutture e costi inferiori ai nostri. E pagano a peso d'oro gli stilisti italiani che disegnano i loro tessuti. Ci si salva tenendo le macchine aggiornate e cercando di spostare la concorrenza su elementi diversi dal prezzo: qualità, servizi ai clienti, più di 4 mila tessuti sempre pronti per il servizio su misura. Ogni sei mesi rinnoviamo il prodotto quasi completamente, non so quanti altri settori produttivi siano sottoposti a uno sforzo simile».

Il cuore dell'Albini Group è ad Al-

Famiglia

Da sinistra, Stefano, Andrea, Silvio e Fabio Albini nello stabilimento bergamasco (Sestini). A destra, l'archivio Thomas Mason



Sui binari del trend

di Gian Luigi Paracchini



I mille travestimenti di Little Pixie, bambina furba che gioca alla signora

Quanto pesa un cognome. Partiamo da quello del babbo, Bob Geldof, rocker irlandese con il suo gruppo Boomtown Rats (i topi della città che cresce) ma soprattutto patriarca dell'attivismo pacifista e filantropico-sociale applicato a show planetari come lo storico Live Aid. Poi quello di mamma, Paula Yates, irrequieta giornalista e presentatrice tv, morta di overdose a 41 anni. Ma per Little Pixie Geldof, 21 anni, modella e ragazza di grido oltre che cantante del gruppo Violetta, c'è anche un problema



Little Pixie Geldof

di nomi oltre che di cognome. Non soltanto per il suo che evoca un gusto di cartone animato o di software ma che almeno è corto. Pensiamo a quelli delle sue amate sorelle. Le più grandi si chiamano Fifi Trixi-belle, dove quest'ultimo sta per «impavida viaggiatrice della vita», e Peaches Honeyblossom, cioè «nettare di miele ai fori di pesca». Per la più piccola si è invece scelto Heavenly Hiraani Tiger Lily (un compendio più d'un nome) dove c'è un po' di tutto: dal paradiso alla tigre. Chiaro che comunicare con loro impone l'uso di ultra diminutivi ma non per questo Pixie risulta la più richiesta della famiglia in questo momento: piacciono i suoi look tipo-travestimento. Come questo (abito di Boss Black) in cui, complice pettinatura bombata e borsetta, si atteggia a bambina che gioca alle signore. Little Pixie, grande furba.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Cose dell'altro mondo

di Matteo Persivale



Addio a Eiko Ishioka, la visionaria che avvolse Björk in un bozzolo rosso fuoco

Con la morte di Eiko Ishioka — scomparsa sabato scorso a 72 anni — la moda, il cinema, il design e l'opera perdono uno dei loro talenti più eclettici e visionari. Considerata tra i massimi art director del Giappone (curò design e campagne dei grandi magazzini Parco), Ishioka, con eleganza iperrealista, attraverso cinque decenni creò futuristici costumi per molti media: per il cinema (Dracula di Coppola che le valse un Oscar, Mishima di



Dracula Un costume

Paul Schrader per il quale vinse il premio speciale a Cannes), per l'opera (il Ring di Wagner a Amsterdam), per Broadway (Spiderman), per il Cirque du Soleil e per l'illusionista David Copperfield. Fu scelta per curare i costumi della cerimonia inaugurale delle Olimpiadi di Pechino 2008 e da Grace Jones per il tour «Hurricane». Capace di neutralizzare l'influenza del teatro Noh giapponese con quella del — da lei molto amato — Rinascimento, Ishioka firmò anche la regia di uno dei video più eccentrici di Björk, «Cocoon»: con la cantante nuda e bianchissima lentamente avvolta da un bozzolo di seta rosso fuoco. Tra i premi di una carriera straordinaria anche un Grammy, l'Oscar della musica, per la copertina dell'album di Miles Davis «Tutu».

© RIPRODUZIONE RISERVATA