

C'è chi arriva già soffrendo di “armanite” acuta e in qualche modo deve sublimare. C'è la *fashion victim* che dopo averne viste di tutti i colori – o forse per questo – deve esplorare nuovi territori. C'è chi entra per dare

Visokij status: alta classe russa

SOCIETÀ

di Cristina Giuliano

soltanto un’“occhiatina”, ma poi non resiste al capo di una stilista della quale non sa nemmeno pronunciare il nome. Ma per i moscoviti il vero problema è esserci alla settimana della moda. E gli stilisti italiani...

Se ne soffre due volte all'anno. Marzo e ottobre. Un male di stagione, con chiari i sintomi anche in altri mesi. Ma in quelle due settimane, la febbre della moda sale. Il bel mondo moscovita non sembra pensare ad altro. E rischia il contagio anche chi moscovita non è. Di passaggio o stanziale che sia. La girandola di stoffe, ricami e taccchi a spillo. Il virus del desiderio di quel capo che “quando mai me lo metterò... ma in fondo che importa? Mi piace e me lo compro”. Al tutto si aggiungono i compassi di gambe delle modelle e le luci accecanti dei riflettori, per fare alzare ulteriormente la temperatura.

C'è chi arriva già soffrendo di “armanite” acuta, e in qualche modo deve sublimare. C'è la *fashion victim*, che dopo averne viste di tutti i colori – appunto per questo – deve esplorare nuovi territori. C'è chi entra, per dare soltanto “un’occhiatina” o perché le hanno regalato un invito e alla fine esce con un paltò di Alina Assi e una gonna di uno stilista che non sa neppure pronunciare. Ma il punto è un altro. Il punto è esserci.

La Settimana della Moda di Mosca è infatti un delirio collettivo a due passi dalla Piazza Rossa. Un catalizzatore di emozioni, ener-

gia e persone. Un po' evento mondano. Un po' struscio. Un po' *rinok* (mercato): i capi appena visti in passerella, per la maggior parte possono essere comprati sul posto. E con uno sponsor dell'evento come Visa, non serve uno sforzo di immaginazione per pensare a un acquisto.

I volti noti – soprattutto ai russi – sono lì, nel padiglione neoclassico del Gostinii Dvor. Compresa Ksenia Sobchak, l'equivalente locale di Paris Hilton, figlia del sempre compianto sindaco di San Pietroburgo.

La cura per la febbre della moda

Le giornate si rincorrono serrate: 10 sfilate al dì è la ricetta per fare abbassare la febbre, che passa di norma dopo 6 giorni. Si comincia da programma con Valentin Yudashkin, nome storico del fashion locale, come pure Slava Zaitsev, l'immane. Poi Chapurin, Marmalade, Igor Sarukhanov. E Arngoldt, *enfant terrible* dell'ago e filo locale. Assistere significa fare la spola tra due sale allestite in parallelo con pedana e luci. Nonché spalti per la stampa, che messa sul trespolo non risparmia flash e taccuini. Le canzoni di Celentano, scelte da alcuni stilisti per accompagnare le falcate delle loro modelle, dimostrano una certa

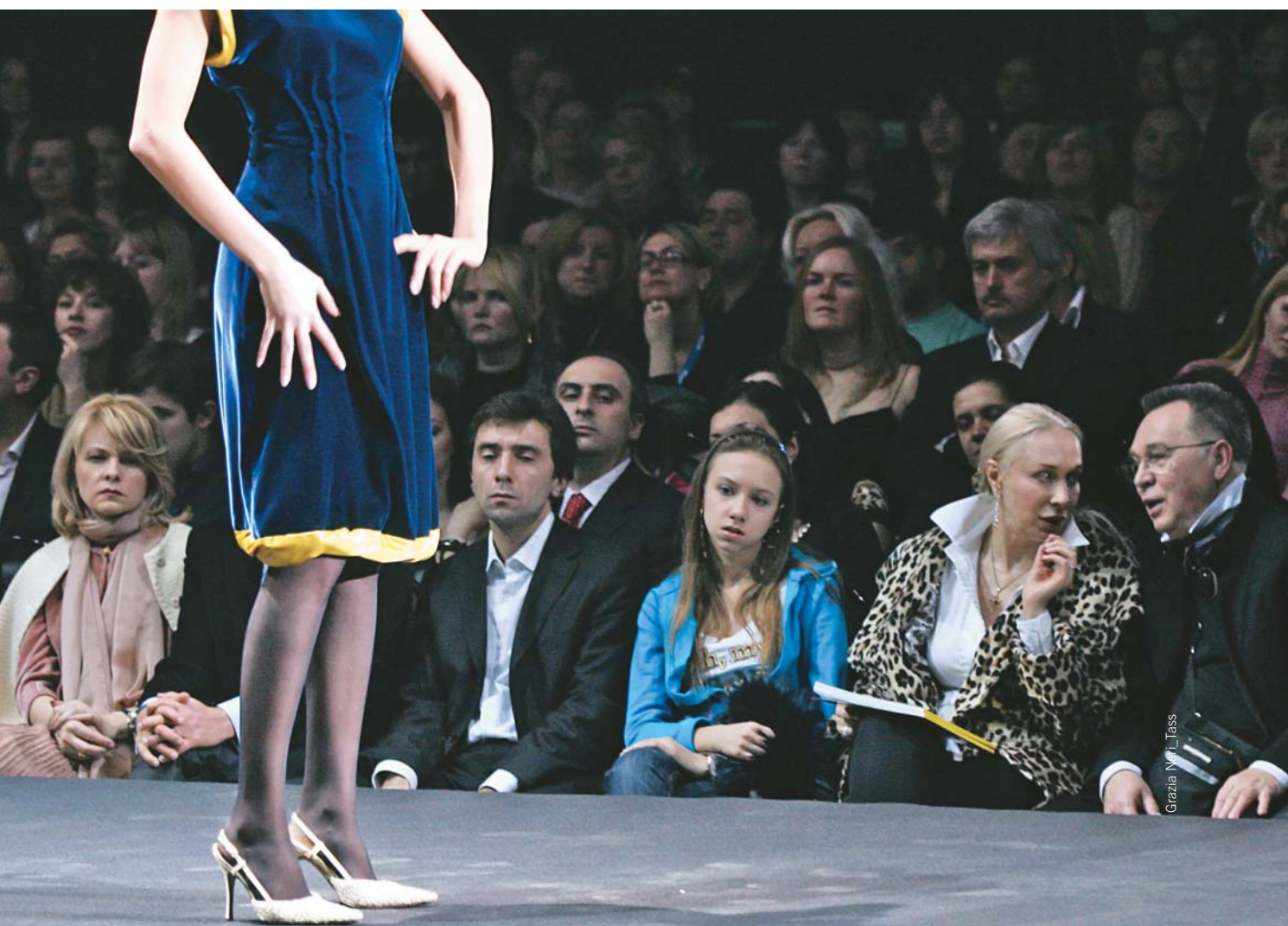
riconoscenza alla cultura italiana e al triangolo della moda. Ma tutti ci tengono a dire: "Non imitiamo nessuno: inseguiamo la nostra ispirazione".

Per primo Evgeny Yashchuk, amministratore delegato della Fashion Week in Moscow. "Con l'Italia", spiega, "già da tempo abbiamo fatto amicizia". Precisando però di non amare divisioni, regionalismi o ancora peggio demarcazioni nazionali. "La moda è universale e non deve avere confini, perché è espressione della vita". E in effetti di confini non se ne trovano molti sotto le colonne neoclassiche del maxipadiglione. Al massimo il check point dei controlli prima dell'ingresso in una delle due sale. Entra chi ha accreditato Vip, Stampa o un invito che vale oro. Dentro uno stanzone buio e la striscia bianca che sostiene l'incedere della moda. Dalle creazioni in pelliccia di Kalinka Morozov, dove il jeans e lo zibellino convivono sulla stessa gonna senza fare a pugni. Sino alle archi-

tetture di stoffa di Natasha Glazkova, con colli aperti a ventaglio ed elaborate strutture echeggianti Capucci.

"Vede queste stoffe", spiega Anna Kameneva, che con la madre Olga gestisce una casa di moda "made in Siberia". "È vero ho giocato molto di bianco e nero nella collezione di quest'anno. Ma noi non siamo... come dite voi a Milano?... minimalisti. No ecco, ci piacciono le cose un po' sgargianti. E se proprio ne devo fare a meno, faccio rientrare il tutto nella foderatura". Mentre parla, la giovane fa scorrere la mano sopra a un soprabito beige in seta lavorata da 20.000 rubli. Con un ricamo così accurato e prezioso da dare ragione al prezzo. Con una trasparenza di colore così morbida da provocare un piacere sensoriale. E da smuovere i sentimenti di qualsiasi donna dotata di carta di credito.

Anche perché l'occasione è unica. "Gran parte di questi vestiti non andranno nei negozi: non hanno un circuito commmer-





ciale”, afferma Katja, redattrice di “Mod Zhurnal”, una specie di “Burda” russo che insegna alle donne come tagliarsi e cucirsi i modelli immortalati nelle foto. “Ma anche da voi è così?” chiede, sistemandosi sul palchetto destinato ai giornalisti, proprio di fronte alla pedana.

Alta classe si dice visokij status

In realtà tra fantasia degli stilisti e creazione del gusto, l'aquila bicipite dimostra una chiara aspirazione a sprovvincializzare lo stile e ad accedere al *visokij status* (alta classe) meritato. Riuscendo a rispondere in maniera adeguata anche alle polemiche che investono il mondo della moda nel suo complesso. “Da noi modelle che muoiono di fame non ce ne sono”, afferma Yashchuk. “Le nutriamo bene”, aggiunge, tra il serio e il faceto. Chiaro riferimento alla piaga dei disordini alimentari. Anche a Mosca, come a Milano o New York, infatti, il tema delle indossatrici “troppo magre” è argomento di animate discussioni. Per la verità, nella capitale russa sembra comunque trionfare la sana bellezza sulle insane fissazioni. Ma va notata anche la presenza sempre più imperante

_Una creazione di Vivienne Westwood sfila alla Russian Fashion Week, un po' evento mondano, un po' mercato, dove è stata presentata la Collezione Autunno-Inverno 2007-2008

del fascino all'osso. In televisione, e di conseguenza nel tran tran quotidiano e nelle menti. Due esempi per tutti: in uno dei caffè più frequentati dai businessman russi c'è un plasma che propone Fashion Tv a tutte le ore, allietando i commensali con il passo sicuro in sfilata di fanciulle diafanamente bellissime. Mentre per i telespettatori più giovani sul canale Tnt va in onda la finestra tv del settimanale “Cosmopolitan”: all'ordine del giorno temi come “È vero che agli uomini piacciono soltanto le donne magre?” o “Arriva l'estate e i costumi da bagno: bisogna dimagrire”. La febbre della moda è comunque un'altra cosa. Una bella malattia da vivere con entusiasmo.

E le russe se ne sono già accorte da tempo. Prova ne è il moltiplicarsi di riviste femminili e l'allargarsi del mercato pubblicitario sulla stampa specializzata. Da marzo sul territorio è approdata anche la versione



Made in Italy tra i Ciliegi del Gum

Soffia sempre più aria italiana nel “Bosco dei Ciliegi” dei grandi magazzini Gum, prestigiosa vetrina affacciata sulla Piazza Rossa. Il festival moscovita “Chereshnevyy Les” nato nel 2000 e organizzato proprio dal retailer Bosco dei Ciliegi, “per la prima volta, nell’edizione 2007, si svolgerà, oltre che nella capitale russa, in Italia, con mostre d’arte a Venezia e con una mostra e un concerto a Sorrento”, come spiega l’ambasciatore italiano a Mosca Vittorio Claudio Surdo. L’evento è ormai diventato una tradizione internazionale, con 500 ospiti, tra artisti di teatro, cinema, televisione, arti visive. E quest’anno il legame tra la Federazione e la Penisola si fa sentire “particolarmente”. Per il diplomatico la scelta “del nostro Paese come sede parallela del Festival” è “un’ennesima conferma di come i mondi economico e culturale italiano e russo possano lavorare bene insieme”. Grazie all’iniziativa – sponsorizzata anche da Ferrari Spumante – il pubblico italiano potrà ammirare in Laguna nell’ambito della Biennale il complesso scultoreo “la Barca di Dante”, progetto dell’artista russo Georgi Frangulyan. Mentre sulla Costiera sorrentino-amalfitana saranno in esposizione le opere di Sylvestr Shchedrin e dei suoi contemporanei Brjullov, Aivazovskij, Kiprenskij con quadri ispirati proprio dalla bellezza degli Appennini e del Mare Nostrum.

“Il legame anche personale tra Mikhail Kuznirovich (patron di Bosco dei Ciliegi, nella foto in alto a destra) e l’Italia rappresenta un ingrediente essenziale della sua organizzazione e del suo successo”, dice l’ambasciatore Surdo, ricordando la presenza dello stesso manager russo, la settimana scorsa, accanto al ministro Emma Bonino, per l’iniziativa promozionale del Made in Italy presso i magazzini Gum, che sta attirando grande interesse tra i moscoviti. Come in un intreccio di strade italiane, la mostra dei nostri prodotti, sostenuta dall’Ice, rimarrà ancora per due settimane. Lungo il percorso numerosi assaggi dello *Sdielano v Italiy* (fatto in Italia): dall’arredo alla moda, dalle automobili, con una fiammante Alfaromeo Brera, ammiratissima dalla stessa Bonino, agli scooter, mezzo poco diffuso nella Federazione Russa per ora, sino al caffè Illy o ai tapis roulant Technogym.



made in Moscow del settimanale italiano Mondadori “Grazia”. Allo slogan: per la donna che non sa aspettare. Di fatto la sete di nuove collezioni aumenta parallelamente alla capacità di acquisto. E rispecchia alla perfezione una vita frenetica. Sempre più veloce e dove l’esteriorità è strumento di autoaffermazione.

Intanto a ottobre a Mosca si prevede una nuova salita di maestri italiani. Come è già accaduto gli anni scorsi. “Da noi hanno già sfilato Gattinoni, Trussardi e il prossimo ottobre”, aggiunge Yashchuk, “prevediamo altre sfilate: quelli che ci proporrà l’Ice, proprio nell’ambito di una cooperazione con i produttori attivi sul mercato”. Secondo quanto spiegato da Yashchuk esiste poi “un contratto per la formazione dei nostri collaboratori con la scuola Marangoni, che già accoglie con stage di formazione *ad hoc* i nostri giovani designer”. Ma oltre ai contratti c’è anche un “progetto” ambizioso in Italia, che piace molto alle firme locali: “Uno showroom multibrand a Milano dei designer russi che non hanno ancora abbastanza risorse per aprirne una monomarca”. Insomma Mosca-Milano, corsia a due sensi di marca.