

Maschio

Dolce & Gabbana, addio ai trend giacche corte per Emporio Armani

LAURA ASNAGHI

MILANO — C'è voglia di emozioni, di sentimenti nuovi. Con la crisi che incalza, i Dolce e Gabbana dicono basta ai trend esasperati ("la agente non li vuole più") e rivoluzionano il modo di sfilare. Non la passerella fredda e anonima, ma un set cinematografico a loro affine. Quello di "Baaria" il film di Tornatore, un inno alla sicilianità, proiettato mentre i loro 90 modelli-attori, istruiti da Susan Batson, la maestra di recitazione di Nicol Kidman, passeggiano in platea come se fossero su una assolata piazza di Palermo. Sono belli, virili, con la barba e quella sensualità mediterranea, esaltata da coppole, camicie bianche immacolate e jeans vissuti, come le loro maglie bucate e usurate.

Per i Dolce e Gabbana, che disegnano la linea uomo da 20 anni, è un ritorno alle origini, alla loro passione per il sartoriale. La performance, in diretta su Internet, si conclude in modo spettacolare, con il loro esercito di giovani in canottiera e applausi da Oscar. La moda punta i fari sul fisico maschile. Per i ragazzi dell'Emporio Armani, lo stilista, che ha fatto un accordo con Reebok per le scarpe, ne porta in passerella trenta in slip color carne. E alla domanda se quella operazione con Reebok, prelude a nuovi assetti nella sua società, Armani risponde: "Tutte illusioni". L'Emporio, nel gioco di grigi e geometrie di ogni tipo, enfatizza le forme maschili con pantaloni anatomici e giacche corte, con esplosioni di colori fluo nei capi sportivi. La moda cambia ma senza eccessi. Da Burberry è tutta una parata militare con lussuosi cappotti da generale, giacche in pelle d'aviatore e parka con interni in montone. Berretti da Armata Rossa da Pignatelli, dove si rende omaggio al dottor Zivago con pastrani bordati di pelliccia. Il genere militare piace. Da Les Hommes sfilano le

giacche da ufficiale mentre da Costume National tutto il guardaroba prende una piega rock con tessuti che si "fondono" con lanappa, grazie a una lavorazione che sfrutta le nano-tecnologie. Zegna, per celebrare i suoi cent'anni di storia, offre ai maschi abiti in "vellus aureum", una raffinatezza disponibile solo in 20 esemplari, e tanti completi in flanella, molto aderenti al corpo, per giovani e asciuttissimi manager. La moda tiene banco a Milano per quattro giorni, ma non è più solo uno show per pochi. I modelli di Missoni hanno sfilato per le vie del centro, Bikkembergs ha deciso di aprire il defilé al pubblico: i biglietti costano 11 euro e il ricavato andrà all'Ifom, la fondazione legata di Umberto Veronesi. Ecologista il messaggio di Cp Company: i giacconi, in tessuti naturali, hanno mascherine anti-smog incorporare. Jil Sander punta sulle sperimentazioni sartoriali, con "tasche-mobil" che ricordano le sculture di Calder.

Trussardi

I nuovi dandy
tutti giapponesi

«I nuovi dandy? Sono i giovani giapponesi, maestri nell'arte di mixare, capi sartoriali reinventati». Parola di Milan Vukmirovic, il direttore creativo di Trussardi, il marchio che compie cent'anni, con giubbini in pelle da samurai, camicie in tartan e ma anche giacconi in cachemire che, grazie a speciali "estension", diventano cappotti.



Hogan

Le scarpe
per grandi viaggi

SI CHIAMANO "polacco" e sono robusto cuoio ingrassato, con stringhe rosse. Ecco le nuove scarpe della linea Hogan che si rifanno alla tradizione dei grandi viaggi e sono realizzate in modo tale da durare nel tempo.