

# TESSUTI BATTISTRADA DELLA MODA



sulla pedana della Sala Bianca nell'estate 1957

Roberto Mascagni

La forza motrice della nostra Moda, nel luglio del 1957, sono i tessuti, utilizzati non solo dai disegnatori. Un'altra apripista sono le confezioni in serie. Questo utilizzo porta al pieno sviluppo delle aziende attrezzate per "l'abito fatto" e alla conseguente soluzione della crisi che minaccia l'industria tessile. I compratori apprezzano soprattutto le stoffe, specialmente quelle tessute a mano. Si tratta di grosse lane, compiute con trame diverse e disegni geometrici, a righe multicolori e a balze. I colori sono sempre molto brillanti. Dunque, il prossimo inverno sarà colorato.

Se a Firenze spetta il merito di aver presentato, per prima, le collezioni di Alta Moda, a Milano si riconosce quello di aver realizzato il grande progetto del Primo Mercato Internazionale del Tessile per l'Abbigliamento, vale a dire il MITAM aperto ai visi-

tatori qualificati, fra i quali un migliaio provenienti dall'estero.

L'organizzazione del MITAM discende da una precisa necessità. Nonostante il successo internazionale del Made in Italy, l'antagonismo di Roma verso Firenze continua, e Giovanni Battista Giorgini compie miracoli per riportare a Firenze alcune Case di Moda romane, decise a presentare in anteprima nelle loro città i propri modelli nei giorni più o meno coincidenti con le sfilate nella Sala Bianca. Il MITAM, il cui segretario è Vladimiro Rossini, direttore dell'Ente Italiano Moda, viene costituito nel 1956 e apre ai visitatori nel 1957 in uno dei padiglioni della Campionaria di Milano. E i fatti dimostrano, da questa prima edizione, quanto sia efficace per la promozione dei tessuti Made in Italy e per la qualità delle materie prime che li caratterizzano, sia per la creatività nell'ideazione dei *patterns* decorativi e per la raffinatezza delle scelte cromatiche.

Un'altra iniziativa vincente è il SAMIA (Salone mercato internazionale dell'abbigliamento), inaugurato a Torino il 24 novembre 1955. Scrive Silvia Mira: «Sembrerebbe che l'idea di istituire a Torino il SAMIA, la si debba a Vladimiro Rossini, direttore dell'Ente Italiano della Moda, il quale, durante una delle mitiche sfilate fiorentine di alta moda organizzate da Giovanni Battista Giorgini, trasse spunto dall'affermazione pronunciata ad alta voce dalla giornalista Mildred Kador: "L'alta moda ci interessa molto ma noi americani vorremmo vedere abiti per tutte le donne!" «Se infatti Giorgini – continua Silvia Mira con una geniale intuizione aveva aperto le porte dell'alta moda e dell'artigianato di lusso italiano al mercato americano,

fu l'iniziativa torinese del SAMIA a favorire lo sviluppo della moda pronta in Italia rivolta sia al mercato interno che a quello estero» (Silvia Mira, Samia - *Un abito per tutte le donne*, De-Balena Editore).

«L'abito fatto [pronto] non è più soltanto un portato della civiltà americana: è ormai anche una conquista del progresso sociale europeo, alla quale non s'è sottratto neppure il mondo femminile. (...) Nel 1954 tale industria aveva utilizzato 30 milioni di metri di seterie e di tessuti sintetici e 19 milioni di metri di tessuto di cotone. Durante lo stesso periodo erano stati confezionati 8,5 milioni di soprabiti, giacche e tailleurs, 3,5 milioni di gonne, 4,2 milioni di camicette, 5,9 milioni di vestiti, 11 milioni di vestaglie. (...) Uno dei principali fattori dell'abito fatto femminile consiste nella sua stretta parentela con le creazioni dell'alta moda». (In: *Catalogo Ufficiale del IV Salone Mercato Internazionale dell'Abbigliamento*, Torino, 27 aprile - 3 maggio 1957).

E veniamo alle sfilate fiorentine. Nel prossimo autunno-inverno 1957/58 niente rivoluzioni: la vita rimane al solito punto, le gonne (a eccezione di quelle di Simonetta che scopre le gambe fino al ginocchio), hanno una lunghezza ragionevole, i mantelli un'ampiezza moderata ma leggera: sono rotondi, le maniche comode, da giro largo, ristrette al polso. Le "boutiques" sono divertenti e coloratissime; e sono proprio questi modelli a essere preferiti dai compratori esteri. La quattordicesima sfilata dell'Alta Moda Italiana è stata inaugurata il 22 luglio, presente James D. Zellerbach, ambasciatore degli Stati Uniti d'America, giunto insieme con l'ambasciatore del Venezuela. Entrambi hanno

La calura del luglio fiorentino non toglie grazia e sorriso alla disinvolta indossatrice, nonostante l'abbigliamento invernale: paltò in lana taglio raglan chiuso a vestaglia con collo e risvolti delle maniche in maglia a coste. (New Press Photo - Firenze)





espresso soddisfazione nel vedere riuniti a Palazzo Pitti i maggiori rappresentanti del commercio e della stampa specializzata americana: «The New York Times», «Women's Wear Daily», «Vogue», «Harpers's Baazar», «Life», «Look».

L'attesa dei buyers e dei giornalisti è puntualmente soddisfatta dalla presentazione dei cappelli per signora patrocinata dal cappellificio La Familiare di Monteverchi. I suoi feltri sono ritenuti di una «bellezza incomparabile». Sono copricapo portabilissimi, sotto i quali, riferiscono le cronache giornalistiche, «la fisionomia femminile acquista un fascino nuovo, una linea di classe e di eleganza». I modisti che hanno utilizzato i feltri della Familiare sono il fiorentino Biancalani, Cerrato, Veneziani, Leonella, Export Zacco, Marucelli e Schubert. La modisteria è firmata anche da Adria, Avagolf, Baldini, Giara d'Arno, Glans, Myricae, Valditevere, Vito, Mirsa, Avolio, Bertoli, Emilio, Falconetto.

Chi desidera esaminare gli accessori, li trova esposti nei saloni del Grand Hotel (l'odierno The St. Regis Florence) in piazza Ognissanti. Essi comprendono borse, cinture, calzature, biancheria, ricami e bigiotterie, dimostrano come i nostri artigiani sanno rinnovarsi a ogni stagione con una impressionante varietà di forme e di colori. Una parola a parte meritano le bigiotterie di Sandra Bartolomei, che realizza i suoi gioielli con pietre dure, coralli, cristalli sfaccettati. Le "parures" da sera comprendono orecchini, bracciali di perle e di metallo sbalzato, le "trousses" (borse/astuccio) sono di argento sabbiato o cesellato. In un tempo non proprio lontano, per gli accessori bisognava rivolgersi a Parigi. Ora non più. Oggi i compratori esteri ammirano attentamente ogni singolo oggetto esposto. Ad esem-



pio, le paglie del fiorentino Paoli (un maestro!) si prestano a tante sofisticate combinazioni: anche per realizzare un mantello, trinato di azzurro, foderato in tinta lucidissima.

Questi capolavori di paglia nascono nei sobborghi di Firenze: le donne dell'Impruneta, quelle di Fiesole, del Galluzzo e delle Signe sono maestre in quest'arte: alacri artigiane che intrecciano i fili della paglia stando sedute a circolo sull'uscio di casa. Trasformano i grossi mazzi di fili di paglia in trecce, in ricami, sottovasi per le tavole, canestri, sandali, cappelloni per la spiaggia. (Di quest'arte "nativa", tramandata da una generazione alla successiva, è rimasto ormai solo uno sbiadito ricordo).

Sempre nel giorno inaugurale sono presentate le collezioni "boutique" e gli abiti sportivi. Questi, per mare o per montagna, sono delle Case di moda Glans, Myricae, Falconetto, Valditevere, Avagolf, Vito, Adria, Baldini. La sera concludono le presentazioni "boutique" Mirsa, Avolio, Bertoli ed Emilio di Firenze. Mentre le sue creazioni sono accolte da applausi scroscianti, al Golf dell'Ugolino e nelle quattro stazioni invernali di Abetone, Cervinia e Sestriere, anticipando il 1958 Emilio ha proposto la linea "a goccia", rappresentata da abiti attillati fino alla vita, svasati alla gonna e rientranti verso l'orlo (bellissime le stoffe, i motivi geometrici, le tinte pastello).

Il 23 luglio ecco in passerella l'Alta Moda presentata da Carosa, Capucci, Antonelli, Veneziani. Il 24 sono seguite le collezioni di Fabiani, Simonetta, Marucelli e Schubert.

La curiosità degli ospiti è nuovamente soddisfatta il 25, quando è il turno del fiorentino Cesare Guidi (riconosciuto come il "maestro sartore" per il taglio sapiente e il perfetto gioco



delle pinces) e di Gregoriana (Roma). Infine, la sera dello stesso giorno si avvicendano tre giovani firme: Centinaro (Roma), Sarli (Napoli) ed Enzo (Milano).

Appagano la curiosità (e il desiderio) dei compratori e dei rappresentanti della stampa specializzata i modelli per il cocktail, mentre per la sera regna lo chiffon variamente drappeggiato. La stessa stoffa è stata utilizzata per realizzare dei mantelli "invernali" che sembrano un controsenso, poi ci si accorge che sono foderati di pelliccia.

E la Moda maschile? Ovviamente, non è mancata. Comprensibile curiosità hanno suscitato nel pubblico alcune creazioni di Brioni (di Roma), che ha proposto abiti da passeggio, da sera e da matrimonio. Un vestito da sera rosso e nero è stato però quello che ha provocato i commenti più diversi. Tuttavia, il taglio perfetto degli abiti di Brioni è stato generalmente apprezzato.

Il 26 luglio, come tutte le mattinate precedenti, è stato dedicato alle contrattazioni in Palazzo Strozzi, che interessano oltre 100 complessi commerciali stranieri, 96 corrispondenti della stampa estera e 64 di quella italiana, compresa la RAI. Un successo, insomma.

L'incoraggiamento a proseguire viene appunto da questa numerosa presenza di compratori. Fra questi due nomi "storici": Hannah Troy di New York, e quello di Russell Carpenter della California, che con la loro continua presenza, ma soprattutto dei loro acquisti, hanno insegnato molto a chi deve vendere. Russell Carpenter rappresenta la famosa catena dei "magazzini" Magnin-California, un complesso di prima grandezza e fra i più eleganti degli Stati Uniti. Uno dei primi a "scoprire" la Moda Italiana e uno dei più fedeli amici.

Tailleur in lana tweed con collo a sciarpa. Cloque e guanti assortiti. (New Press Photo, Firenze)

Completo in giacca di lana: abito e giacca con maniche 3/4 e collo sciallato con motivo riportato sui due mezzi davanti. Cappello a turbante. (New Press Photo, Firenze)

Tailleur con giacca con maniche 3/4, collo a giro e gonna a tubo. Cappello a toque in feltro. (New Press Photo, Firenze)