



Quando la crisi arriva nella moda, la crisi va di moda? Sul dubbio amletico, fashion victim ed esperti del settore si sono organizzati per trovare delle soluzioni, alternative ai pochi denari nel portafogli, che permettano di mantenere comunque uno status “alla moda”. Si parte con un esame di coscienza dell’armadio che, se potesse parlare, chiederebbe pietà per bulimia di abiti acquistati in anni di consumismo sfegatato.

E visto che si tratta di un male comune a tutti i guardaroba, alcune fashion victim (oggi praticamente tutte le donne) hanno pensato di risolverlo mettendo in vendita i propri abiti con la complicità di internet. Il fenomeno si chiama vide dressing e consiste nell’ esporre nella vetrina nel proprio blog vestiti e accessori in surplus; le blogger più attive nello svuotare l’armadio sono francesi, anche se qualcuna ha iniziato a farlo anche qui da noi in Italia.

Per altri una soluzione alla bulimia da vestiti è sembrata invece quella di tornare al baratto scambiando gli abiti in eccesso. Intorno a questa filosofia è nata l’organizzazione barattiamo che si occupa di scambio di vestiti e accessori usati in boutique e che propone il franchising dell’idea imprenditoriale ([www.barattiamo.org](http://www.barattiamo.org)).

La stessa tendenza si è sviluppata in rete grazie allo stranoto sito eBay che ha fatto da apripista e dove oggi gli utenti barattano, oltre che abiti all’ultima e non ultimissima moda, sia di seconda mano che mai indossati, beni di ogni tipo e regali da riciclare. Su questa scia è nato nel dicembre 2006 anche il sito [www.zerorelativo.it](http://www.zerorelativo.it) che si propone come la prima community italiana di baratto e prestito gratuito che ha lo scopo di diffondere nuovi modelli di consumo orientati al benessere sociale e ambientale. Il loro motto è “...il tuo oggetto è la tua moneta!” che potrebbe rappresentare una nuova filosofia di vita che è approdata anche in tv. Nel mese di luglio infatti Elena Di Cioccio ha girato una puntata pilota intitolata Scambia che ti passa, un gioco incentrato sul baratto che è pensato con due concorrenti che si sfidano tra loro a colpi di merci di scambio, anziché di denaro. Se verrà acquistato, e lo vedremo in qualche tv nazionale, allora avremo un dato che ci dice che il baratto oggi, anche se antico come il mondo, è tornato ad acquistare un suo redivivo fascino.

Ora si chiama “shopping neutrale” e caratterizza la moda da recessione che sta dettando un atteggiamento più parco e attento, tanto da dare vita ad un altro singolare movimento dal nome di slow fashion. Arriva dopo lo slow food e propone un decalogo contro il consumismo di massa, a favore della scelta e della qualità. La filosofia slow dice sì alle fibre naturali come il lino, il cachemire e il cotone organico, cioè coltivato senza l’uso di pesticidi, e dice no alle produzioni di massa che inquinano e che sfruttano bambini e adulti. Vivienne Westwood, Marithè-Francois Girbaud e Giorgio Armani sono solo alcuni che sostengono questa moda eco-compatibile che si sposa con una concezione dell’abito di qualità (meglio pochi ma buoni), che deve avere una linea sempre attuale e che non vada cambiato ad ogni stagione.

Si promuove un ritorno all’essenza, alla sostanza e ad uno stile non influenzato dalle mode passeggere e, se lo slow fashion dovesse prendere piede, forse gli armadi inizierebbero a svuotarsi e le donne inizierebbero a passare meno tempo a decidere cosa indossare. Uno studio commissionato dall’azienda di moda inglese Matalan, che ha coinvolto 2491 donne tra i 16 e i 60 anni, ha rivelato infatti che ogni donna impiega circa 16 minuti al giorno per decidere cosa indossare. Un tempo significativo che alcune hanno deciso di ammortizzare dedicandosi all’affitto a settimane di abiti e accessori che in qualche modo abbatte le tempistiche da imbarazzo da scelta.

La novità ha trovato terreno fertile soprattutto nei meandri dei sogni proibitivi di borse lussuose e il sito [www.bagvictim.it](http://www.bagvictim.it) ne è uno dei più rappresentativi: mette a disposizione borse griffate a prezzi modici per il gusto di assecondare il piacere di possedere un oggetto costoso che non ci si può permettere o di cui ci si potrebbe stufare troppo presto per quanto vale. Quindi filosofie e approcci differenti al pianeta moda che di fatto sta risentendo della crisi in termini di fatturato. Eppure gli addetti ai lavori preferiscono non arrendersi e scelgono di proporre stili e soluzioni che vanno incontro alla crisi piuttosto che andargli contro. Nessuno meglio delle nuove leve, gli stilisti emergenti, riesce ad interpretare questo tempo e proporre delle soluzioni e alcuni di loro troveranno spazio e visibilità al MI MILANO PRÊT-À-PORTER dal 25 al 28 settembre alla Fieramilanocity ([www.mimilanopretaporter.fieramilanoexpocts.it](http://www.mimilanopretaporter.fieramilanoexpocts.it)). La manifestazione si propone come il nuovo appuntamento con la moda che dopo 40 anni prende il posto di MilanoVendeModa.

Con un nuovo nome e una nuova immagine, la fiera ha mantenuto la missione di favorire l’incontro tra stili, tendenze e materiali. Un viaggio nel Made in Italy non solo nella moda, ma anche nell’arte, del design e nel food, in una logica di interazione, trasversalità e lifestyle con una rassegna di brand giovani, promettenti e sconosciuti. La scambievolezza torna il concetto di un nuovo stile di vita dove la moda dialoga con il resto e risponde alle esigenze concrete e quotidiane di chi la indossa.

E per questo che MI MILANO PRÊT-À-PORTER ha deciso di puntare sui nuovi stilisti perché, con la loro linfa e il vissuto contemporaneo che gli è proprio, possono fornire un'interpretazione del nostro tempo più attuale. Oltre alla sezione Tendenza dedicata ai nuovi trend che detteranno le mode, ci sarà l'area Scouting dove i migliori studenti potranno esporre i propri lavori e presentare le loro idee. La crisi nella moda ha portato un atteggiamento nuovo e più attento verso le nuove generazioni che potrebbero apportare dei punti di vista alternativi nella soluzione della crisi. Dunque se la crisi va di moda, riuscirà la moda a dettare lo stile di dare voce ai giovani in questa Italia in doppiopetto demodè?

*di Lorenza Fruci*