

Dalle dame di Armani alle femministe di Prada

MILANO - Due eventi hanno concentrato l'attenzione sulle sfilate di Milano Moda Donna: l'imperdibile rendez-vous con Giorgio Armani di lunedì e le «streghe» di Prada di ieri sera.

Fa trattenere il fiato la splendente «sophisticated lady» di Armani che - eterea - sembra solo sfiorare la passerella. E' una fascinosa Alida Valli, una altera Katherine Hepburn, una seducente Jane Harlow - icone magiche degli anni Quaranta - le dame che Giorgio Armani avvolge in abiti-gioiello creando i mitici quadri di una collezione (che le più possono solo sognare).

Luccichii di jais, splendori di cristalli, ondeggiate di ruches e di godet sospirano allargando i bordi di sottili abiti fascianti, accarezzando micro-silhouettes. Velluti si divertono giocando in chiaroscuri di righe contrastanti, rasi stretch svelano «segreti», giacche sottili scintillano di luce, sete corpose disegnano mises da sera con gonne-palloncino anni Sessanta.

Sembra che voli, questa bella e impossibile signora, persino quando, in equilibrio instabile, indossa scarpine, dal tacco vertiginoso, tempestate di cristallo e di jais e, in testa, inalbera un piccolo, rotondo cappellino, portato avanti sulla fronte, che ricorda un po' le grazie un'affascinante geisha.

All'insegna del sexy-sexy la raffinata collezione de «La Perla», sontuosamente sartoriali gli abiti della signora di Rocco Barocco, deliziosa la ragazza di Philosophy by Alberta Ferretti.

Le «Golden-Girls», Naomi Campbell ed Eva Herzigova, sono le testimonials della campagna pubblicitaria di Pinko, grande firma parmense

della moda. Le loro gigantografie hanno fatto da sfondo alla presentazione nello show room di via Bigli. Capocult della stagione, infatti, sarà il jeans d'oro: una targhetta placata oro piazzata sulla tasca posteriore ha la scritta «OH MY GOLD»... anche se i jeans sono «visuti», hanno un'aria «cattiva» ma molto orgogliosa della trama d'oro che occhieggia dagli strappi. Verranno prodotti in edizione limitata: solo 500 pezzi! E tutti i pantaloni Pinko si porteranno con gonne ed abiti: microabiti a palloncino, baby dolls in organza, gonne baloon, spolverini anni '60, capi che talvolta riflettono persino il «glamour-swing» di Liza Minnelli.

Grandi novità in casa «Allegrì» che ha presentato la sua prima collezione femminile firmata da Viktor & Rolf - il duo stilistico danese che ha già «rivoluzionato» la collezione maschile presentata a Pitti Uomo. Alta qualità, tessuti pregiati, innovazione tecnologica ed eccellenza nella realizzazione, sono da sempre i punti-base di Allegrì. Ora il «fantastico duo» ha messo mano alla linea femminile: e i famosi, bellissimi impermeabili - arricchiti da stampe inedite, da piccole ruches, da tagli sapienti - ne fanno un capo «seducente» strizzando il punto vita e rendendo fluttuanti di micro-ruche tasche, bordi e martingale.

Deliziosa, anche in questa versione dai riflessi «storici» la collezione «Clips». Suggestioni napoleoniche sottolineate da doppie file di bottoni d'oro nelle piccole giacche di damasco a righe, percorse da zip che stringono la silhouette e si arricchiscono nelle camicie in taffetas rigati, con colli e polsi dai romantici plissé, alla Maria Stuarda. Pantaloni bloccati alla caviglia, gonne plissettate, jeans ricamati da fili

di metallo luccicanti.

Ancora gonne mini in godet danzanti e rigorose giacche-bolero con morbide camicie svolazzanti nella giovane collezione sexy-sportiva di Byblos, e l'iperfemminile collezione di Lidia Cardinale che sposa tessuti maschili: il gessato per tailleurs avvitati, abiti giocati in trasparenze lucide e opache declinate nelle splendide sfumature di un bellissimo blu.

E veniamo alle donne che vestono Prada. Tremate, tremate, le streghe son tornate. Il messaggio della griffe milanese è risuonato forte e chiaro, ieri sera in passerella, come uno slogan da corteo. Niente femminilità passiva, basta con il genere lady, torna la femminista: Miuccia è davvero decisa a farlo capire con la moda, è determinata e anche un po' arrabbiata, per dirlo con eleganza. Ce l'ha con il conformismo, con la morte del pensiero intelligente. Vorrebbe vedere in giro cose serie, sulle donne e non solo, ma non ci riesce: «Sì, questa è una moda femminista». Con queste premesse, la lettura della collezione è molto più semplice: eccola qui, in passerella, la grintosa femminista del terzo millennio, una donna aggressiva e determinata anche nel vestire, che ha abbandonato le frivolezze, «anche quelle che ho contribuito io stessa a divulgare» spiega la stilista più venerata del mondo. Miuccia ha deciso che gingilli, chiffon e abiti da sera sono ormai un non-senso: la pelliccia invece è selvaggia quanto basta, ed è anche «politicamente scorretta». La donna Prada nel 2007 camminerà su piattaforme inaccessibili, con parka enormi, ma tanto chic, con eskimo cattivi, ma da migliaia di euro, guarniti per giunta di volpe nera.

Elisa Starace Pietroni



In alto, Naomi Campbell e Eva Herzigova testimonial «Pinko». Qui sopra, Eva Herzigova con Pietro Negra, presidente della «Pinko».