

PITTI IMMAGINE UOMO 2013 (parte II)
Firenze, Fortezza da Basso, 8-11 gennaio 2013



MAGLIA.

La maglieria sarà uno dei protagonisti assoluti per la prossima stagione invernale 2013-2014.

Reinventata, ripensata, interpretata nei colori più ricercati e utilizzata per ogni pezzo del guardaroba maschile, dalla cravatta al capo spalla, la maglia è già molto popolare nello *street style* degli addetti ai lavori.



Layering in maglia negli *outfit* dei *buyer* del Pitti, ©tommyton.

bloom.

Pitti offre un panorama della migliore maglieria maschile acquistabile al mondo.

La consueta ricerca dell'eccellenza di Bloom, ci porta nello *stand* di **Bertolo Cashmere**, *brand* trentennale nato dalla straordinaria passione di Isabella e Beppe Bertolo per la qualità dei filati pregiati e della loro manifattura.

Chiediamo a Beppe Bertolo cosa contraddistingue il cashmere di qualità e perché il cashmere Bertolo è così speciale.

Una domanda semplice che apre le porte di un mondo affascinante, fatto di sapienza antica, di lavoro, cultura e passione. Per rispondere, bisogna appropriarsi, almeno un poco, della sua eccezionale *expertise*.

Le sue risposte sono puntuali, chiarificatrici, estremamente *inspirational* e riflettono una grande passione per le cose ben fatte, quella per la quale il nostro Paese è – ancora – famoso nel mondo.



bloom.

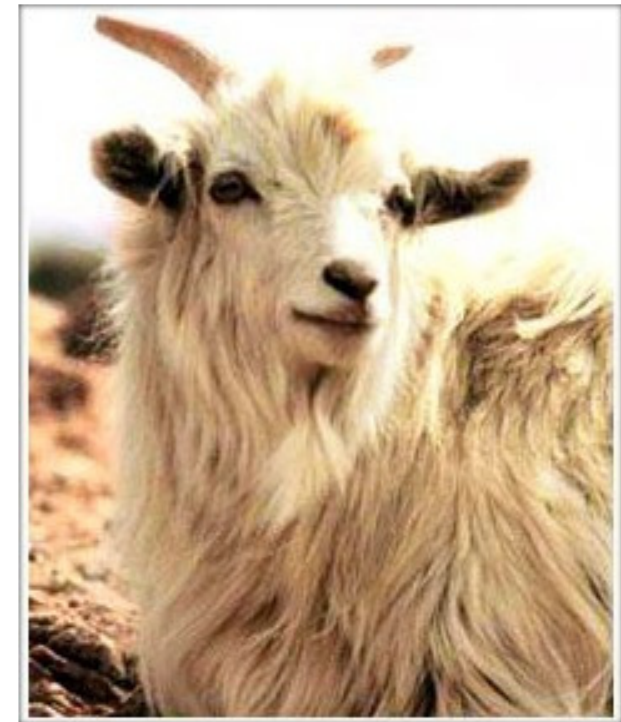
Anzitutto – ci spiega Beppe Bertolo – bisogna parlare di materia prima.

Le capre da cashmere si possono trovare in vari Paesi del mondo – anche in Italia, sulla Sila - ma la materia prima migliore si trova in **Cina**, sulle alture del Tibet, per una ragione squisitamente climatica. (Segue, per qualità, il cashmere della Mongolia, quello iraniano e poi, infine, quello afgano.)

Solo in Cina, infatti, in pascoli poveri, ad altitudini eccezionali dal clima rigidissimo, le caprette da cashmere sviluppano, nei mesi più freddi, sotto il loro lungo mantello, un **sottovello** finissimo, con straordinarie proprietà termoregolatrici, che permette loro di sopravvivere a quelle temperature estreme.



Il sottovello della capra da cashmere prima della lavorazione.



La capra *hircus* dalla quale proviene il cashmere.

bloom.

Le capre, infatti, non si tosano, ciò non sarebbe compatibile con la loro sopravvivenza a quelle altitudini, semplicemente, in giugno, quando il clima si fa un poco più mite, si “pettinano” e perdono - come in una muta stagionale - circa **70 cm di sottovello**, di quei 70 cm poco più della metà è utilizzabile.

Bertolo acquista solo in Cina e solo il migliore cashmere, cioè quello più fine - il loro standard di qualità prevede uno spessore massimo di **15, 2 micron** (un micron per intenderci è la millesima parte di un millimetro...!) e quello **bianco**. Quest’ultima caratteristica permette di poter tingere la fibra in tutte le tonalità, cosa impossibile con le fibre nere, grigie o brune – più economiche – che possono solo essere tinte in colori più scuri di quello di partenza

La materia prima, così rigidamente selezionata, viene poi sottoposta – rigorosamente in Italia, nel biellese – alle lavorazioni che trasformano la fibra in filato e qui sta un’altra differenza rilevante. Esiste il **cashmere cardato**, come quello che principalmente si usa in Inghilterra e Scozia, e il **cashmere pettinato** sottoposto cioè, dopo la cardatura, ad una ulteriore e costosa lavorazione che nobilita ulteriormente il filato rendendolo più fine e compatto.

Basti pensare che il cashmere Bertolo è talmente fine che **in un chilogrammo** ci sono fino a **120 km** di pregiato filo moltiplicato per 2 in quanto lavorato in doppio ritorto!

Da qui deriva una maglieria dalla “mano” straordinaria, morbida in modo quasi soprannaturale, leggerissima e caldissima, resistente ai lavaggi e all’usura e di squisita eleganza.



bloom.

Nell'ambito delle nuove proposte di maglieria e *sportswear*, segnaliamo, con grande interesse, **Inis Meáin**. Una manifattura irlandese che nasce nelle isole Aran ad ovest delle coste irlandesi, dove, per secoli, i pescatori si difendevano dalle asperità climatiche mangiando pesce sotto sale e coprendosi con maglioni fatti a mano dalle donne di quelle isole.

Ispirandosi a quelle lavorazioni e al sapore così ruvido e onesto di quei manufatti, Inis Meáin propone una collezione bella ed evocativa, di un'eleganza autentica e non artefatta.

I pullover riprendono un centenario punto a zig-zag usato dalle magliaie per dare maggiore corpo e tenuta alle maglie da lavoro dei pescatori.

La vestibilità è aderente al corpo e le chiusure sono realizzate con elegantissimi bottoni in corno naturale. I colori sono desaturati e richiamano quei luoghi aspri e le atmosfere rarefatte delle coste irlandesi.



Immagini d'epoca dei pescatori delle Aran Islands, ai cui maglioni tradizionali si ispira la manifattura irlandese Inis Meáin Knitting Company, © inismeain.ie



Un modello della collezione Inis Meáin *fall* 2013, © inismeain.ie

bloom.



Accessori nello *stand* di Inis Meáin Knitting Company al Pitti, ©thebloom.it



Dettaglio di un modello Inis Meáin *fall* 2013, © inismeain.ie

bloom.



Suggerimenti ed ispirazioni di stile dal *brand* irlandese Inis Meáin Knitting Company, © inismeain.ie

bloom.

E, parlando di filati pregiati, non si può non citare, l'imprescindibile del Pitti, il *brand* maschile del cashmere che, in questi anni, ha costruito l'identità di marca più forte attraverso valori comunicati con rara efficacia dal suo fondatore e guru del capitalismo etico, Brunello Cucinelli.

Uno stile soffuso, improntato ad uno squisito senso del colore e ad un'eleganza informale che vive sempre di *mixing* e quasi mai di *matching*.

Paradossalmente, nel trionfo generale della maglieria, proprio da Cucinelli si è visto piuttosto il trionfo del *total look*, con uno stand che – pur presentando sempre squisite proposte di maglieria – si caratterizza soprattutto per l'offerta di un *lifestyle* sempre più ricco di accessori per la persona e per la casa.

Segno che l'azienda ha già fatto il passo verso quel *brand stretching* tipico dei marchi globali.



Due immagini del grande *stand* di Brunello Cucinelli nel padiglione centrale dell'83° Pitti Immagine Uomo, ©gq.com

Una delle chiavi del successo di Cucinelli è anche il contenuto di *styling* che il suo marchio sa offrire.

Quest'anno il tratto emergente proposto è sicuramente il *layering*, cioè lo studio di sovrapposizioni di capi elevato a forma d'arte.

La più inusuale di queste, ci sembra la camicia portata sotto al dolcevita; suggerimento subito raccolto con entusiasmo dalla folla *fashionable* in giro per i padiglioni del Pitti.

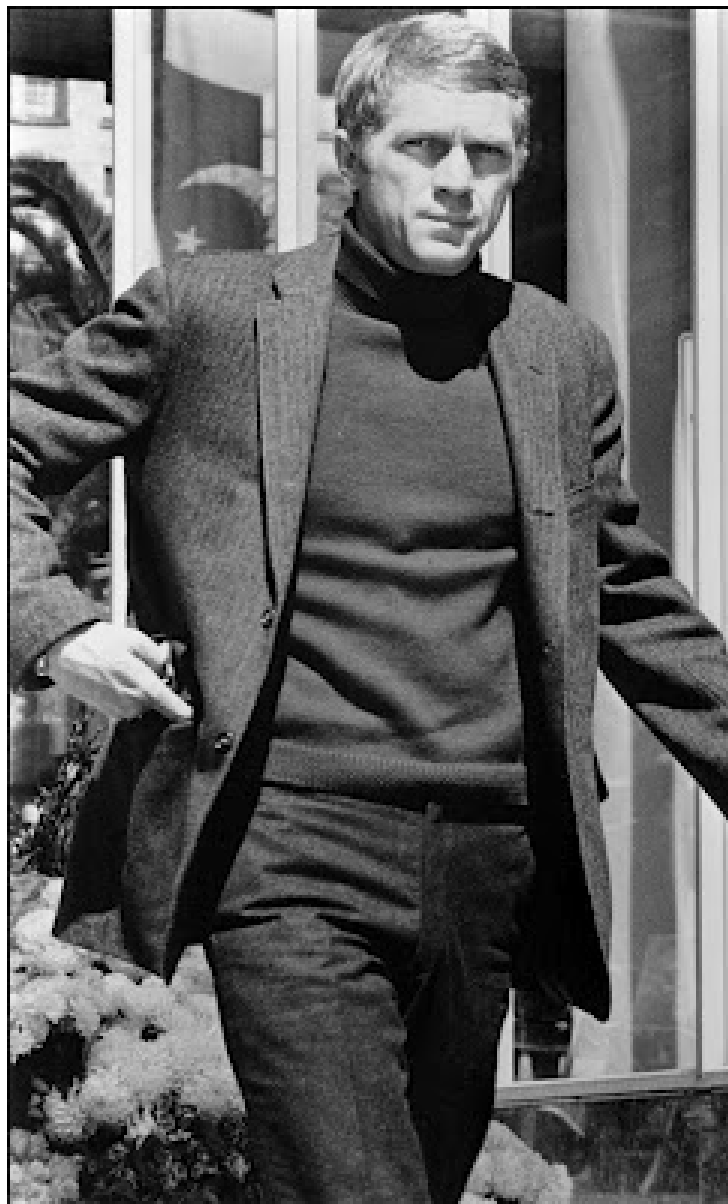
Il dolcevita, capo da noi amatissimo e reputato oltremodo *chic* per ogni gentiluomo elegante, si porta, naturalmente, sotto la giacca, anche in modo più classico – come da Tombolini – memori dell'*über cool* Mr. Steve McQueen.



Dettaglio di *styling* nello stand di Brunello Cucinelli al Pitti, ©gq.com



Snapshot sullo *street style* di un avventore, ©tommyton.



Steve McQueen nel film "Bullitt" (1968).



Da Tombolini una sinfonia in blu e marrone reinterpreta il classico abbinamento dell'abbigliamento maschile composto da giacca sportiva e dolcevita, [©thebloom.it](https://thebloom.it)

bloom.

Brunello in persona offre da sempre la migliore e più premiante immagine del suo *brand* e sfodera *outfit* in puro stile Cucinelli con sovrapposizioni giacca-pullover-camicia e immancabile pantalone chiaro. Eleganza informale e contemporanea che però guarda sempre e ancora al “*king of cool*”.



Brunello Cucinelli al Pitti.



Steve McQueen in “Thomas Crown Affair” (1968).

bloom.

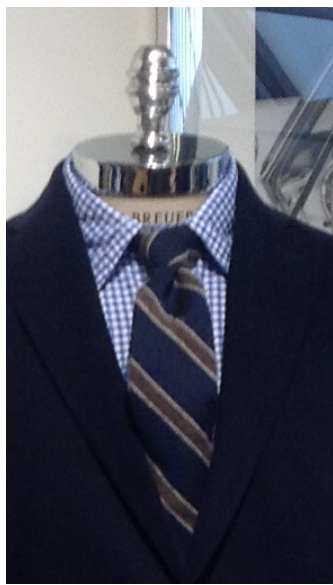
CRAVATTA.

Accessorio maschile classico per eccellenza, la cravatta quest'anno al Pitti è magnificata e celebrata in modo assolutamente contemporaneo.

Gli anni '60 ispirano, senza dubbio, le forme: le cravatte sono *slim*, sottili e dal nodo discreto. La contemporaneità ci viene, invece, dai materiali: soprattutto lane tessute e tricot per un'eleganza molto sofisticata e non pretenziosa.

Dimentichiamo i cravattoni di seta a micro disegni e i tessuti lucidi e "istituzionali". Solo per la sera *habillé*, ci si concede una sottile cravatta in *satin* monocolore.

Per il resto, ampio spazio alle cravatte più *cool*, raffinate e rigorosamente *mat*, in cashmere, lane pregiate, maglia, tartan, Galles. Tessuti caldi e opachi, da abbinare a camicie madras o quadrettate come da Cucinelli, nuove *regimental* realizzate in misto lana come da **Breuer**, oppure cravatte lavorate a maglia come da **Inis Meáin** e da **Altea**.



Dettagli di *styling* nello stand del brand austriaco Breuer, ©thebloom.it

Le nuove cravatte *tricot* di Inis Meáin Knitting Company, fatte a mano in Irlanda, ©thebloom.it

bloom.



I dettagli di *styling* nello *stand* di Brunello Cucinelli riassumono tutte le macro tendenze della moda maschile all' 83° Pitti Immagine Uomo.

bloom.

Per ulteriori approfondimenti sui *brand* e i prodotti citati:

Bertolo Cashmere, www.bertolocashmere.com

Inis Meáin Knitting Company, www.inismeain.ie

Brunello Cucinelli, www.brunellocucinelli.com

Tombolini, www.tombolini.it

Breuer, www.breuer.fr

Altea, www.altea.com

Per nuovi approfondimenti di stile, continuate a seguirci su www.thebloom.it, per una consulenza personalizzata contattateci agli indirizzi in calce.



Stefania Pratelli
Piazza Guglielmo Oberdan, 4
20129 - Milano
stefania.pratelli@thebloom.it

Camilla Catania
Via dei Colli della Farnesina, 186
00135 - Roma
camilla@thebloom.it