

You are in: Home » moda » La moda, la pelle e i tempi nuovi della loro desiderabilità

La moda, la pelle e i tempi nuovi della loro desiderabilità



28 Feb 2022



Moda : Lineapelle - Pelle

L'occasione era duplice. Perché, da un lato a Fieramilano Rho si era conclusa da poche ore, se non minuti, l'edizione numero 99 di Lineapelle. E perché, dall'altro lato, in quello spazio era in corso **Questione di Pelle**, evento di celebrazione della pelle a firma UNIC – Concerie Italiane e, per l'appunto, Lineapelle. Riassumendo, vi raccontiamo in sintesi di cosa si è discusso nella serata dello scorso giovedì 24 febbraio a Spazio Lineapelle, in occasione del talk "I Tempi Nuovi del Desiderio: design e produzione fashion fra e-commerce e alta moda".

I Tempi Nuovi del Desiderio

Prima di tutto: il parterre dei relatori. Nel ruolo di moderatrice: **Fabiana Giacomotti**, curatrice de Il Foglio della Moda. Con lei, a dialogare, c'erano: **Mario Dice**, stilista protagonista della prima sfilata di Questione di Pelle (mercoledì 23 febbraio) e **Stefano Parotti**, COO della conceria lombarda Sicerp. Poi: **Piero Scandellari** (presidente Centergross), la fashion consultant **Orietta Pelizzari** e **Danny D'Alessandro**, direttore di Assopellettieri.

La visione del domani

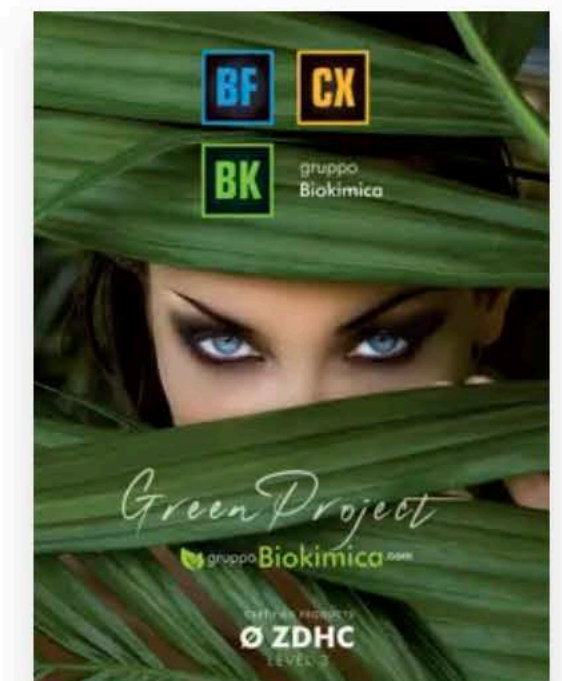
Si è partiti dall'inevitabile **contestualizzazione di cronaca**, legata alla **crisi militare in Ucraina**. Una contestualizzazione di **estrema contingenza**, visto che, come ha ricordato Scandellari, in quel momento a **Mosca** era in corso CPM. Fiera alla quale hanno partecipato anche aziende del comparto moda coinvolte in Centergross. Ed è proprio da qui, da come questa ennesima emergenza rischi non solo di innescare danni commerciali, ma anche di contaminare (peggio di Covid) **la visione del futuro**, che il dibattito ha preso velocità.

La moda, la pelle

Desiderabilità e tempi della moda, paiono i fattori dell'equazione che ha reso di estrema attualità un particolare aspetto dell'ultimo bilancio di **Hermès**. La griffe francese, infatti, ha perso vendite nella pelletteria per la decisione di aumentare la produzione per mantenere intatta proprio la desiderabilità delle sue borse. Come dire: meglio incassare meno oggi e avere **una chilometrica lista di attesa all'acquisto**. Perché, del resto, come vuole l'adagio, l'attesa del piacere vale (quasi) più del piacere stesso. Pare d'accordo Mario Dice che nella sua ultima collezione **ha fatto esordire la pelle**, materiale che associa i concetti di lentezza (produttiva) a quelli di qualità e durabilità. "L'inserimento della pelle – commenta lo stilista – deve costringerci a sviluppare una **nuova narrazione del prodotto e dei materiali**. Perché si continua a guardare troppo all'oggi: mai al domani. O al passato".

IL MENSILE DELL'AREA PELLE
Numero 2

accedi / abbonati



NEWSLETTER

