

L'INCHIESTA/4

SOCIETÀ

Non solo app, mercatini e operazioni finanziarie stellari. Il vintage, il sogno glamour di un passato che sembra sempre più avvincente dell'oggi, è protagonista anche della produzione culturale. Un esempio? Uno dei film del momento: *Crudelia* di Craig Gillespie con Emma Stone, che racconta sì la genesi e la gioventù della spietata cacciatrice di dalmata de *La carica dei 101*, ma anche moltissimo della moda e degli Anni 70.

«Cruella costruisce gran parte della sua identità punk, in contrapposizione alla vecchia baronessa, recuperando abiti del passato», commenta Luca Scarlini, scrittore, drammaturgo ed esperto di storia della moda e del vintage. Tra i suoi saggi *Memorie di un'opera d'arte. La marchesa Casati* (Skira), dedicato a una delle più grandi icone di stile e creatività, *Ziggy Stardust, la vera natura dei sogni* (Add), sul protagonista del glam rock, *Sacre sfilate. Alta moda in Vaticano* (Guanda). «Il personaggio di Artie, proprietario di un negozio di abiti rimanda alle atmosfere di *Granny takes a trip*, storica boutique aperta a Londra nel 1966, il cui nome gioca su una divertente ambiguità: le persone vanno a vendere il guardaroba della nonna e gli fanno fare un giro (*trip*) e le nonne si tuffano virtualmente in un mondo psichedelico. Qui si sono vestiti, tra gli altri, David Bowie, i Led Zeppelin, John Lennon. Queste star ispirano ancora oggi, sia nelle rivisitazioni, sia nel recupero dei look originali di quegli anni. Il vintage non è solo il mercato dell'usato, ma l'eterno ritorno di stili e icone».

Perché continuiamo ad amare così tanto il passato?

«Perché nella moda è legato a doppio filo al glamour. Questo ci fa sognare. Ancor di più da quando siamo entrati in era Covid e viviamo tempi tristi, difficili, scanditi da tantissime regole. Almeno nel vestiario o nel make-up si può osare un po' di stravaganza, si può trasgredire. Pensiamo ai Måneskin, una band italia-

na giovane che sta vivendo un momento di grande successo internazionale. I loro stylist hanno scelto citazioni esplicite del glam rock: da Ziggy Stardust ai T.Rex. Anche il loro make-up maschile è un omaggio al passato, negli Anni 70 era molto più utilizzato».

Achille Lauro ha costruito parte della sua identità artistica omaggiando protagonisti di altri tempi.

«Certo, David Bowie, Mina e la Marchesa Luisa Casati Stampa, già ispiratrice

di Ziggy Stardust, soprattutto per le acconciature e i capelli rossi. Una donna incredibile, vissuta tra il 1881 e il 1957, mai ricordata a sufficienza. La prima dark lady della storia. Ora è difficile trovare riferimenti simili, per questo si continua a guardare indietro».

Vuol dire che oggi non esistono icone di stile?

«Non di questo impatto, con questa carica creativa. A parte qualche eccezione».

STILE E CULTURA

LA CARICA DEI 101 COME DAVID BOWIE: COSÌ IL PASSATO DIVENTA UN FUTURO PARALLELO

Lo scrittore Scarlini: «Da bambino era normale indossare abiti portati da altri. Oggi convivono due anime: gli ambientalisti e gli appassionati di moda»

DI MICOL SARFATTI

LUCA SCARLINI È SCRITTORE, DRAMMATURGO, ESPERTO DI MODA E DI VINTAGE. HA DEDICATO SAGGI A GRANDI ICONE DI STILE COME LA MARCHESA CASATI E ZIGGY STARDUST



Ad esempio?

«Michèle Lamy, designer, performer, musa e compagna dello stilista Rick Owens. Una donna molto complessa, non solo nell'aspetto, nata da una famiglia di zingari di origine algerina. Anche Marilyn Manson, a suo modo, può essere definito una icona vintage contemporanea, soprattutto per i riferimenti gotici. Diciamo che non è semplice distinguersi nello stile. Bisogna avere gusto per fare cose eccentriche ed essere veramente moderni, citando il passato».

Che cosa si può, tecnicamente, definire vintage?

«In teoria qualcosa che è andato di moda almeno venti anni fa, ma mi sembra uno schema riduttivo. Ma non è solo passato, per me, ad esempio, è sinonimo di una qualità di stoffe superiore. Ci sono tessuti che hanno quasi 100 anni e si conservano meglio di quelli di capi acquistati il mese scorso. Ho cominciato ad appassionarmi al vintage lavorando con sarti teatrali che giravano l'Europa in cerca di abiti antichi. Nelle occasioni formali uso ancora un completo appartenuto a mio nonno negli Anni 20, è in perfette condizioni. Oggi tutto viene consumato rapidamente, anche nella moda. Le categorie tradizionali del vintage perdono di senso. Ci sono capi recenti che diventano iconici, succede soprattutto con gli accessori, borse o cravatte, e sono destinati a durare e altri di venti o più anni fa già dimenticati».

Al successo del vintage e del second hand ha contribuito di più "l'effetto nostalgia" o l'attenzione per l'ambiente, radicata soprattutto nelle giovani generazioni?

«Credo si debba fare una differenza fra chi acquista capi di altri tempi "da profano" e chi lo fa perché appassionato di moda. I primi possono effettivamente avere una sensibilità ambientale spiccata, una volontà di non sprecare e dare una seconda vita agli abiti. Chi ama giocare con lo stile non acquista



un capo avendo come prima motivazione la salute del pianeta. Anche perché conosce bene la complessità di questo mondo e i suoi costi di produzione o di manodopera artigianale».

Per i più giovani, e non solo, può esserci però anche la componente del risparmio. Un vestito o un accessorio usato costa comunque meno di uno nuovo, anche se di alta gamma.

«Questa sarà una motivazione sempre più centrale. Il Covid ci ha gettati in una nuova crisi economica, ci siamo impoveriti. I vestiti usati faranno parte della nostra vita quotidiana, anche perché oggi è possibile trovarne di belli e in buono stato. Io con questa abitudine ci sono cresciuto. Non vengo da una famiglia ricca, per me, a cavallo tra gli Anni Sessanta e gli Anni Settanta, era normale indossare abiti che erano appartenuti ad altri bambini od organizzare scambi e mercatini con i compagni di scuola. Anche mia mamma lo faceva. Ricordo ancora un suo splendido abito di Lanvin del 1920, pagato poco più di 200 lire. Ai tempi i capi usati si vendevano a peso».

Sta cambiando la percezione del vintage nel grande pubblico?

«C'è una maggiore sensibilità, un gusto che si va raffinando. L'interesse per i capi d'epoca si adatta a tutte le tasche e a tutti gli stili. Ci sono poi amanti della moda che si specializzano su singoli pezzi, come i jeans, o negli accessori: bigiotterie, foulard, cappelli. Singoli dettagli che fanno la differenza in un look. Ormai in Italia i negozi vintage e i mercati sono tantissimi, censirli tutti è impossibile. A questo si aggiungono gli svuota cantine».

Il fenomeno è destinato a crescere?

«Senza dubbio. L'eleganza odierna è sempre più standardizzata e meno divertente, il vintage aiuta a rompere gli schemi, a evadere. Viviamo un presente plumbeo, per sognare dobbiamo rifugiarcì nel passato, solo così, con queste ispirazioni, possiamo immaginarci un futuro parallelo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA