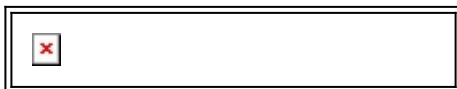


Quando un capo di abbigliamento entra nel mondo della moda?. Quando acquista nuovi significati e diventa, per ciò che significa o rappresenta, un oggetto di desiderio. Oggi la moda ha assegnato al jeans anche il significato di abbigliamento di lusso. Nelle ultime stagioni lo abbiamo visto in passerella ricamato, impreziosito di cristalli Swarovsky, contaminato con fili di platino, trattato con lavaggi molto originali. Demonizzare il jeans?

No, ma usarlo con buon senso.



Sarà la stagione del jeans, ma in versione fashion. Non solo arricchito di ramage ricamati a filo d'oro, o con cristalli Swarovsky, ma anche trattato con lavaggi innovativi. Il più originale sembra essere il trattamento per dieci ore nel rosso Barbera o in altri vini pregiati!!!! Sì, proprio nel vino perché pare che il tannino dia morbidezza al tessuto e gli conferisca una colorazione cangiante assolutamente unica. E naturalmente ogni capo sarà venduto con l'indicazione d.o.c.

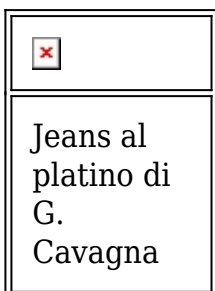


Tutto per tener alto il Made in Italy? Forse, ma anche per mantenere le porte aperte alla



globalizzazione. Perché se il lavaggio è nel vino italiano, il denim è giapponese; i bottoni sono di madreperla australiana, i rivetti in ceramica italiana e le colorazioni delle fodere delle tasche con henneé marocchino. Parliamo dei jeans prodotti da COOL HUNTING PEOPLE di Padova.

La produzione jeans si estende, si globalizza. E' finita l'epoca della esclusiva storica produzione americana dei Levi's, Wrangler o Lee. Renzo Rossi dalla provincia di Vicenza, a partire dal 1978, riesce a bucare il mercato americano dei giovani offrendo ogni anno 50 tipi diversi di lavaggi. Ma i nomi nuovi che si affacciano al mondo della produzione jeans sono tanti. Vengono dalla Svezia (Acne Jeans) o sono statunitensi ma con contaminazioni giapponesi (Earnest Sewn).



La curiosità più sorprendente? I jeans presentati alcune stagioni fa (gennaio 2005) ad AltaModaAltaRoma nella collezione di Giovanni Cavagna: il denim era tessuto con filo di platino. Il prezzo di ogni capo era dichiarato intorno ai 75.000 (settantacinquemila) euro.

Come definire ciò? E' il passaggio emblematico di quanto la moda è in grado di fare: è l'estremo confine del lusso che la moda può raggiungere. Un tessuto povero e umile, simbolo iniziale del duro lavoro si trasforma, si arricchisce, entra nel mondo del lusso, e conseguentemente il suo valore commerciale si moltiplica alimentando perciò il suo valore simbolico. Nei casi descritti il valore aggiunto è dovuto all'accessorio di lusso: i cristalli, i



ricami, o la tecnologia che comporta la sua confezione. Non sempre è così; i jeans con la griffe degli stilisti più rinomati che non trascurano di aggiungere un capo denim per la collezione di ogni stagione, costano di più perché il valore simbolo è solo la griffe. Attenzione però, anche i jeans che troviamo sulle bancarelle dei mercatini probabilmente ci costeranno di più; ma per essere alla moda ci basta comprarli al prezzo più vicino possibile del loro valore reale.

Una annotazione di stile? Sì ai jeans, per il tempo libero. Sì, anche in ufficio. Ma non sfilacciati, tagliati, o ricamati; neppure a vita bassa o tanto stretti da far pensare che ci siamo cresciute dentro. Basta un sobrio e tradizionale jeans accompagnato da una giacchina moderna di buon taglio. No ai jeans per le occasioni importanti, neppure se ricamati o arricchiti di cristallini e pietre.