Riccardo Tisci

Nel fatidico giorno dell'11 Settembre 2015, durante la **settimana della moda di New York**, la blasonata maison di moda francese **Givenchy**, al cui timore creativo è collocato saldamente **Riccardo Tisci**, ha aperto al pubblico la sua sfilata riservando ben 1200 inviti a persone diverse dai soliti addetti ai lavori, giornalisti e *celebrities*. L'unico requisito per accedere era di essere "gente normale", che magari fino ad allora aveva visto i capi griffati solo in vetrina.

Tutti a dire che Givenchy aveva sposato la causa della cosiddetta "moda democratica", che la *couture* era scesa dal piedistallo, che si era innescata una rivoluzione nel modo di fare e di vivere la moda… A noi invece non è parso affatto così. Bene ha fatto Tisci a guadagnarsi visibilità nei media e ingraziarsi le simpatie del "popolo", facendo parlare di sé in lungo e in largo, ma di qui ad affermare altro, beh, andiamoci piano.

In effetti sul *Sole-24 Ore* l'acuta **Paola Bottelli** si chiedeva se piuttosto, con questa iniziativa, Givenchy non stesse facendo scouting tra i potenziali fashion blogger del futuro, e spiegava che "ora alle sfilate sono presenti meno addetti ai lavori di qualche tempo fa: con le precollezioni gli ordini dei buyer sono scritti ben in anticipo rispetto alle date degli show, dove invece imperversano i fashion blogger, deriva mercantilistica dei critici d'antan ma assurti ormai al ruolo di dominatori assoluti dei commenti via Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Periscope e altri mezzi simili".

Dunque, lungi dalle utopie democratiche in passerella, e spazio ad un lungimirante opportunismo in ottica di business. Ma Tisci con quel sorriso può dire ciò che vuole, come si

affermava una volta… In altri termini, questo designer tarantino, che dalle sue umili origini è arrivato a “regnare” sul fashion system parigino, è talmente talentuoso, intelligente e coraggioso, oltre che umanamente sensibile, che può anche “giocare” con il pubblico. In effetti in un’intervista a Wwd ha dichiarato: “L’**11 Settembre** è un giorno molto delicato per l’America, e così la sfilata sarà una festa dedicata a una grande famiglia e all’amore”.

Givenchy di Riccardo Tisci p/e 2016

In merito alla performance newyorkese allestita per presentare la collezione della prossima primavera-estate, aggiungiamo che Givenchy ha assegnato 820 biglietti d’ingresso ai primi arrivati, o meglio registrati in un sito web creato in partnership con la società di marketing nycgo.com; altri 280 biglietti sono invece stati riservati a studenti e insegnanti di enti di formazione nell’ambito della moda come Fit, Parsons, Pratt Institute e la High School of Fashion Industries; inoltre 100 biglietti sono stati distribuiti ai residenti in prossimità della location dello show.

Sono stati quasi unanimemente entusiastici i commenti all’idea “pop” di Tisci&C. per questa kermesse innovativa, che presto potrebbe indurre altri fashion brand a seguirne le orme e quindi a coinvolgere nelle proprie sfilate un pubblico di massa. Staremo a vedere. Intanto, bravo Riccardo che si è guadagnato il centro della scena prima ancora di far sfilare i suoi capi (peraltro rivelatisi poi sublimi).

Ci chiediamo però cosa commenterebbe Monsieur Hubert vedendo nella *front row*, accanto alle divine di turno tutte griffate, la gente definita “vera”. Già, ma che cos’è la verità?, si domandava qualcuno tanto tempo fa.