



Mode moderne

Crisi passeggera o cambio di gusti? C'è un grande interrogativo attorno ad uno dei più noti simboli del ben vestire classico, del sartoriale italiano, immancabile pezzo del guardaroba maschile: la cravatta. Qualcosa è cambiato (o sta cambiando), prima il boom dello streetwear e dello sportswear, poi la pandemia, fatto sta che i consumi delle cravatte sono crollati.

Secondo i dati diffusi da Sistema Moda Italia per Pitti uomo 100, che chiude oggi a Firenze, il segmento (che rappresenta circa 1,3% della moda uomo) è diventato proprio la maglia nera del settore: nell'anno solare 2020 il sell-out di cravatte ha registrato un tracollo del -50%. Se l'export del settore uomo ha ceduto del -16,5%, le vendite estere di cravatte hanno subito una contrazione del -42,7% (per capirsi, la camiceria è calata del -23,2%), l'import è calato del -42,4%. Se nei primi mesi del 2021 per alcuni comparti le esportazioni sono ripartite, per il segmento cravatte il dato è sempre negativo: nel periodo gennaio-marzo il calo è stato del -35,4%. Certo i mesi di lockdown, con il relativo cambio del modo di vestire, non hanno aiutato, ma le aziende del settore sono convinte che quello che ci aspetta è semplicemente un nuovo modo di vestire in cravatta.

Non scomparirà, ma solo sarà proposta in più opzioni, a seconda dell'occasione e per la PE 22 le regole sono colore e leggerezza.

"La cravatta fa parte del mondo del classico e della tradizione italiana del ben vestire, mancando la vita reale per un anno c'è stata una flessione - dice Silvio Tombolini, direttore marketing e commerciale Tombolini -, questo non vuol dire che la cravatta scomparirà, noi che produciamo il classico abbiamo bisogno della cravatta, soprattutto nelle cerimonie". Ma come sarà allora la cravatta del futuro? Dipende dall'occasione.

"La cravatta da giorno sta cambiando, deve essere sempre più leggera - continua Tombolini -. Con la nostra filosofia Zero Gravity abbiamo proposto anche una cravatta morbidissima e leggerissima, usando lane leggere, modelli destrutturati. Invece nella cerimonie e nel formale classico, in un incontro di business, è necessario avere la cravatta dalle misure tradizionali". E con la ripartenza delle cerimonie, sembrano già arrivare segnali di ripresa. "Abbiamo già visto un cambiamento - dice - c'è richiesta di cravatte colorate, abbinare al gilet.

Abbiamo segnali positivi anche per settembre". Sulla stessa lunghezza d'onda Filippo Ricci, direttore creativo della Stefano Ricci, che proprio con le cravatte ha raggiunto il successo internazionale tanti anni fa. "La cravatta è un acquisto emozionale - spiega -, molti le collezionano, è legata all'umore che hai quando la scegli. E' un articolo che non abbandoneremo mai, rappresenta il Dna del brand. Va reinterpretata e rivista, c'è bisogno di

Rsterà solo quella degli usurai

Scritto da ansa

Giovedì 08 Luglio 2021 00:53 -

colore e leggerezza". Quelle più richieste per la PE22 sono in seta stampata tinta in filo o in maglia. E si indossano con look formali, magari con le sneakers ai piedi.

"Tante persone non vedono l'ora di tornare a vestirsi per incontri più formali, infatti le giacche sportive hanno già ripreso a vendere - continua Ricci -. Prepariamo al ritorno del classico, non sarà il classico di prima ma reinterpretato con tocchi più moderni".