

CRONACA

condividi

Il boom di abiti a pochi euro, ma creati da grandi stilisti

L'alta moda punta sul low cost ai grandi magazzini il lusso da star

di IRENE MARIA SCALISE



Kate Moss

ROMA - Gioia assoluta per le appassionati di moda e sogno irraggiungibile per chi deve barcamenarsi per arrivare a fine mese. È l'abito firmato dallo stilista superstar. Da sempre sinonimo del lusso per eccellenza, riservato a poche fortunate. Ma c'è un colpo di scena: il simbolo sibaritico di un'eleganza a cinque stelle, in tempi di grande crisi, diventa accessibile a tutte le tasche. Per quegli strani assurdi del vivere contemporaneo, l'haute couture si reinventa low cost.

L'apparente contraddizione si spiega in una parola: "cobranding". Definizione che mette a braccetto gli aristocratici design della moda e le catene di abbigliamento più economiche. Funziona così: gli stilisti disegnano linee pensate ad hoc per i grandi magazzini e, mettendole in vendita a prezzi contenuti, assestano un colpo micidiale al "vorrei ma non posso".

Sono ancora memorabili le file che, dalle prime ore del mattino, si sono formate l'inverno scorso davanti ai negozi milanesi della catena di abbigliamento svedese H&M. Lunghe file sotto il gelo

pur di portarsi a casa, a prezzi cheap, capi firmati da Stella McCartney, Viktor and Rolf, Roberto cavalli o Karl Lagerfeld. La collezione di Cavalli è stata presentata in soli 200 negozi e la vendita è durata meno di un'ora. E' andata immediatamente esaurita, non così velocemente ma comunque in due giorni, anche quella griffata Karl Lagerfeld. Il prossimo appuntamento è per il 13 novembre quando, sempre nei negozi H&M, approderà la nuova linea ideata da Comme des Garçons. Qualche esempio? Bluse a 50 euro, scarpe a 30, abiti a 40 e borse a meno di 13 euro.

Ma H&M non è il solo marchio cheap&chic presente sul mercato. L'amatissimo stilista Elio Fiorucci ha recentemente disegnato due linee per la catena Oviessa: anche in questo caso le appassionate possono riempire la busta della spesa con gonne deliziose a 25 euro e stivali a meno di 40. E il fenomeno è già da tempo presente sul mercato estero. Il designer parigino Pierre Hardy, conosciuto per le sue scarpe lussuose e soprattutto introvabili, ha disegnato una linea in esclusiva per gli store europei di Gap. Le calzature icone dello chic sono state messe in vendita, durante l'estate, a partire da 80 euro.

Visti i risultati (si parla di 500 pezzi venduti all'ora) Stephen Sunnucks, presidente di Gap Europa, ha già dichiarato di voler ripetere l'esperimento con Hardy e altri nomi del firmamento del fashion. Gran soddisfazione da parte delle catene di abbigliamento, ma per i grandi stilisti? "Credo sia un'occasione anche per loro di giocare finalmente con un pubblico più ampio", spiega il presidente di Assolowcost Andrea Cinosi, "non c'era più divertimento a produrre per una nicchia ridottissima come quella che si era creata a causa delle cifre assurde degli abiti". Cambia la filosofia del vestire, insomma. "Spendere l'equivalente di uno stipendio per un vestito, è ora percepito come un'ingiustizia", precisa Cinosi, "in più le catene si sono adeguate proponendo un format di negozi di livello decisamente più elegante e accattivante.

Insomma, comprare nel grande magazzino non è più una punizione ma un piacere". Anche i negozi Target hanno lanciato una nuova linea di abbigliamento femminile del noto design Rogan Gregory realizzata in fibre naturali e che, soprattutto, può essere comprata tra i 15 ed i 45 dollari. Anche le top model sembrano essersi adeguate: è recente la collaborazione tra Kate Moss e il brand londinese dell'abbigliamento trendy a prezzi contenuti TopShop.

(3 novembre 2008) [Tutti gli articoli di cronaca](http://www.repubblica.it/cronaca/indici/index.html) (<http://www.repubblica.it/cronaca/indici/index.html>)

[Scarica l'RSS con tutti gli aggiornamenti della sezione cronaca](http://www.repubblica.it/rss/cronaca/rss2.0.xml) (<http://www.repubblica.it/rss/cronaca/rss2.0.xml>)

[Scopri come ricevere sul tuo cellulare Repubblica Gold](http://splash.repubblica.it/?ref=articolo) (<http://splash.repubblica.it/?ref=articolo>)

Divisione La Repubblica

Gruppo Editoriale L'Espresso Spa - P.Iva 00906801006