

TENDENZE

# SE L'UNIFORME È SMART

Testo Rossana Campisi

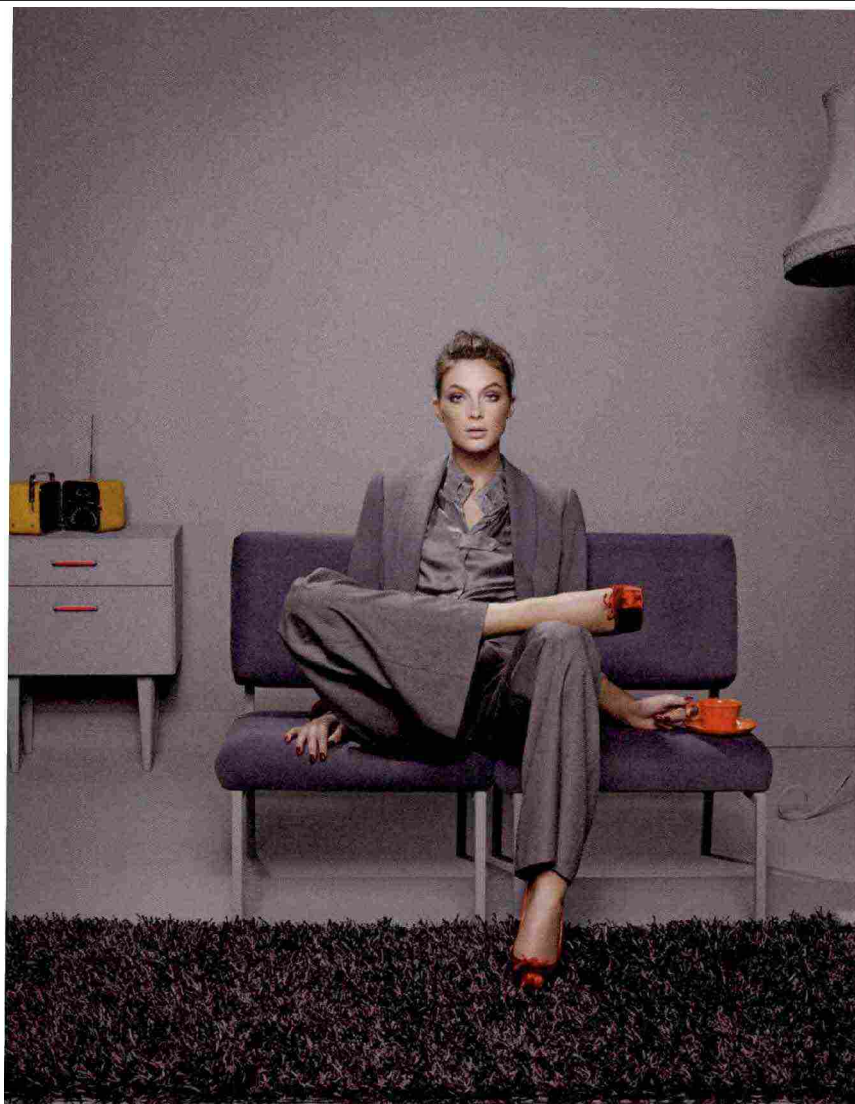
Tubino nero o tailleur gessato? Dolcevita grigio o tuta trendy? Monocolore o puzzle di stampe? In ufficio, **LA DIVISA** continua a ribadire il nostro ruolo, a garantirci self-confidence. Anche se il lockdown ha un po' riscritto le regole del gioco, come spiegano gli esperti

**A**VEVO UN BELLISSIMO wrap dress quella sera, stavo andando a una cena. Guardavo la luna e pensavo: ho una mise che non indosso spesso ma mi sento molto a mio agio. E così ho realizzato: ero in sintonia con le tendenze fashioniste ma soprattutto con un'altra estetica, la mia. Quella in cui a farla da padrone è un colore, l'azzurro. È lui che segna il mio outfit-rifugio ogni giorno. Acqua, mare, cielo, pastello, avio, azzurro di San Patrizio, blu di Francia, celeste o improvvisamente turchese: poco importano le tonalità, quel che conta per me è (in)seguirlo sapendo che è una trappola. Accade quando faccio shopping: è la tinta che mi attrae. Ecco la storia del mio abito, in quell'occasione stavo bene perché ad avvolgermi c'era l'azzurro, una seconda pelle che sulla mia, olivastra d'inverno e molto tanned d'estate, potrebbe avere mille effetti di cui non sono mai curata. Un po' come quando guardi le tue rughe e sai che parlano di te. Anche lui in fondo parla di me, io scelgo sempre un tocco di azzurro. Che sia un vestito-camicia con collo alla coreana e righe mariniera (in pervinca), un mini dress con fantasia paisley (da Pantone, 837 blu) o una Birkin celestina. È successo anche quando sono rimasta in casa: fare smart working senza indossare qualcosa di azzurro? Impossibile. Persino la comoda tuta in ciniglia, che potrebbe ricordare quella di Chiara Ferragni, è stata scelta con un criterio. Il mio. «Con i colori esprimiamo la nostra personalità, comunichiamo dimensioni profonde del nostro sé», precisa Paola Pizza, psicologa della moda (psicologiadellamoda.com) e autrice di *Il coraggio di piacersi* (FrancoAngeli). «Come scrive Max Lüscher, lo psico-

terapeuta inventore del test dei colori, "i segnali-colori costituiscono una lingua emozionale che è compresa a livello inconscio". L'azzurro sta per accoglienza, dolcezza e fedeltà, mette in risalto l'aspetto femminile della personalità e comunica benessere, quiete e legami affettivi».

All'outfit che diventa la nostra divisa cediamo in realtà in tante. Ed è successo anche in casa quando le riunioni su Zoom inquadravano un mezzo busto e noi abbiamo rivoluzionato un po' i nostri dress code. E adesso? Non tutti stanno tornando in ufficio e la verità è che tutto è profondamente cambiato. Stando agli esperti di Methodos, società di management consulting, abbiamo perso un po' di formalità lavorando da remoto ma non abbiamo rinunciato a una divisa "da lavoro". Tessuti morbidi, colori più neutri, taglie slim o maxi poco importa. Avere avuto una mise ci ha aiutato a concentrarci e avere avuto una giacca da indossare al volo davanti a uno schermo affollato di colleghi è stato perfetto. «Sono iperattiva, ho bisogno di velocità, creatività ma anche di equilibrio. Sai dove trovo tutto ciò? Nelle mie sneaker. Sono rassicuranti, non solo comode. Mi fanno sentire libera. Le ho indossate anche in casa durante lo smart working. Vesto di nero ma ai piedi sfoggio i colori, le accosto a tulle e a pants sapendo che agli altri arriva la mia personalità estrosa», confessa Marta Pellegrini, designer romana, 31 anni.

**“SONO IPERATTIVA, VOGLIO VELOCITÀ, CREATIVITÀ MA ANCHE EQUILIBRIO. DOVE TROVO TUTTO CIÒ? NELLE SNEAKER. SONO RASSICURANTI, LE PORTO SEMPRE. MI FANNO SENTIRE LIBERA”**



## I COLORI INFLUENZANO LE NOSTRE EMOZIONI

«Sul lavoro gli abiti, gli accessori e le tinte che scegliamo dicono molto delle competenze ma anche dell'azienda in cui siamo». Parola di Paola Pizza, psicologa della moda.

**“IN CONFERENCE CALL I MIEI ABITI PARLANO PIÙ DEI MIEI REPORT, SONO LA MIA BUSINESS CARD, MI DANNO AUTOREVOLEZZA. E NON DOVER DECIDERE OGNI MATTINA TIENE LONTANO LO STRESS”**

originali attraverso l'esclusività di un capo o l'audacia di un colore. Penso all'ad di un'azienda di orologi che a una conferenza ha indossato la cravatta al posto della cintura», precisa Pizza. Viene da pensare anche ai tailleur sagomati dalle tinte eye-catching di Alexandria Ocasio-Cortez, la più giovane deputata americana.

«Il mio potere è nel mio collo. In inverno indosso solo dolcevita e nelle tonalità del grigio. In estate solo camicie bianche mai alla coreana. Sono la mia business card», racconta Lavinia Di Francesco, 43 anni, manager di una multinazionale bergamasca. «Parlano più dei miei report, mi fanno sentire autorevole. Sono il mio little black dress che ho indossato anche in casa. Evitare di decide-

re l'outfit al mattino tiene lontano lo stress e fa risparmiare tempo. In smart working i dolcevita sono stati il mio comfort outfit», conclude Di Francesco.

**I**L GRIGIO, aggiunge Pizza, «se chiaro comunica leggerezza e apertura alle esperienze, più scuro, invece, ha la funzione di schermo. Sul lavoro non tutti sono consapevoli di quello che comunicano: la nostra immagine influenza anche le emozioni. Abiti, accessori e colori parlano delle competenze personali e dell'azienda in cui siamo. Alle donne in difficoltà propongo un piano in quattro punti: definire obiettivi e motivazioni, analizzare la propria identità e quella aziendale, fare uno schema comunicativo. I principali errori? Annullare la propria individualità o ignorare quella dell'azienda. La moda sul lavoro deve essere assertiva e bilanciata tra noi e gli altri», sottolinea Pizza.

Ne è convinta anche Matilde Pellizzari, 44 anni, digital manager di una casa editrice torinese, famosa in ufficio per il suo match fisso: ballerine flat e jeans skinny. «Li indosso sempre a piedi nudi. Guardare la pelle scoperta mi fa sentire viva. In metropolitana mi soffermo sull'abbronzatura che se ne va dai piedi, su come l'orlo dei pantaloni sfiora le caviglie super sottili: è una forma di meditazione. E se il risultato è una sagoma un po' romantica e un po' aggressiva, quella sono io, pronta a muoversi scalza se lavora da casa», dice. Ognuna sceglie la sua mise timeless cedendo a una dolce ossessione. C'è chi resta fedele sempre e chi invece ha bisogno di tradirla. C'è chi in casa, poi, l'ha un po' aggiornata. Quel che conta è averne cura: si chiama outfit del cuore e dicono faccia benissimo a tutti.

Che la moda abbia radici antiche nello sport ce lo ricordano le gonne plissettate, gli shorts, le polo e la storica del costume americana Deirdre Clemente quando in *Dress casual* parla di athleisure. Nei primi anni 2000, per esempio, negli ambienti della Silicon Valley lo stile informale in ufficio si era cristallizzato in outfit diventati brand. Da Steve Jobs - dolcevita di Issey Miyake, Levi's 501 e New Balance 991 - a Mark Zuckerberg con la T-shirt. «Chi sceglie la stessa divisa asseconda o il ruolo o la persona. Gli uomini sul lavoro prediligono il primo. Abituati a mostrare il potere, indossano abiti che li fanno sentire sicuri. Anche alcune donne optano per questo look sostenendo che non hanno tempo per cambiare. In realtà non vogliono uscire dal ruolo», aggiunge Pizza.

Negli Anni 60 il sociologo Herbert Blumer parlò di «selezione collettiva del gusto» per cui facendo una professione, si è indotti a vestire l'uniforme più diffusa tra i colleghi. Oggi, la scelta la facciamo dentro il nostro armadio. «Quando nella divisa prevale invece la persona con i suoi sentimenti, ci si apre alla moda senza paura di perdere autorevolezza. A imporsi è il desiderio di essere