

**Creatività** Così i nuovi mercati condizionano lo stile  
Ora tocca ai Mint: Messico, Indonesia, Nigeria e Turchia

# Geografie della moda

di **Chiara Dino**

Vi ricordate il Brics? Era quell'acronimo che individuava i paesi emergenti inclusi dal 2010 nel Fondo monetario internazionale (Brasile, Russia, Cina, India e Sudafrica). Se sino a ieri (e anche oggi in verità, visto che da quando le tendenze vengono intercettate a quando si trasformano in collezioni passano circa due anni) erano queste le regioni del mondo coi mercati più forti che dettavano legge in fatto di gusto e di moda, nell'immediato futuro la musica cambierà. Perché saranno i paesi del Mint (Messico, Indonesia, Nigeria e Turchia) a farla da padrone e a ispirare i nuovi creativi del fashion. Ne è convinta Simona Ironico, docente di Fashion management e comunicazione delle Imprese creative all'università di Modena e Reggio Emilia e di Sociologia dei consumi allo Iulm di Milano che ha da poco firmato per la **Franco Angeli** un interessante e assai documentato volume che s'intitola *Fashion management. Mercati, consumatori,*

*tendenze e strategie di marca nel settore moda.*

È lei che ci spiega cosa sta per accadere con una breve case history. «Le tendenze — dice — e di conseguenza gli stili che ne scaturiscono de-

vono tenere conto di una serie di fattori, culturali, religiosi, economici. Un insieme di input che arrivano dai quattro angoli del mondo ma che sono più incisivi quando partono dai paesi in crescita. È il caso del Messico, dell'Indonesia, della Nigeria e in generale dell'Africa, e della Turchia. È da lì che arriveranno le prossime idee. Oltre che dalla Corea del Sud, paese da questo punto di vista assai interessante» (sarà ospite speciale quest'anno al posto della Russia ndr.). Fare previsioni, ovviamente è impossibile, ma qualche segnale in questo senso lei lo ravvisa già. Nell'ultima fashion week milanese si è già visto Stella Jean usare colori e tessuti di provenienza africana (Burkina Faso); Andrea Incontri (presente a Pitti) intercettare istanze eteree e oniriche tipiche della Corea del Sud e delle nuove ulzzang — movimento di adolescenti molto attente al bon ton; Prada lavorare su un arcobaleno di colori ispirati all'arte di muralisti messicani come Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros e José Clemente Orozco. E infine, in generale Alberta Ferretti ispirarsi al sud del mondo». Sono i primi segnali di una piccola grande rivoluzione. Che non è detto non ci porti, a breve, a mutuare lo stile dal nuovo hip hop made in Turchia. Citazioni appunto, perché come ricorda Ironico «sono le suggestioni di quei paesi ad arrivare, in genere sotto forma di dettagli, colori e tessuti.



#### Opinioni

Simona Ironico è sociologa e autrice di «Fashion Management. Mercati consumatori, tendenze e strategia di marca nel settore moda»



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.