

L'INTERVISTA LUCIA MARI, GIORNALISTA E AUTRICE DEL LIBRO «LA DIVINA MODA»

«Milano? Una vocazione per la moda»

— MILANO —

LUCIA MARI: come dire, una vita dentro la moda. Ha iniziato a *Paese Sera*, poi è successivamente passata al *Giorno*, ha scritto anche per il russo *Izvestia*. Professionista dal '63, dice del suo mondo «lo sento, lo vivo, è uno specchio della società». E per la moda Milano è «un gran Milan».

Il suo progetto per un libro

«Dopo una vita dentro la moda sei stimolata a riflettere nel bene e nel male. Ma non è tutto oro quello che luccica, così mi sono divertita a scrivere un libro, che sto ultimando, «La divina moda», che mette i suoi protagonisti nei vari gironi «secondo peccato». È un *divertissement*, sotto il mondo dorato ci sono delle pecche. Raccontiamo i peccati e i peccatori, che sono appunto i protagonisti del mondo della moda. In un inferno affollato con lista d'attesa: è un libro ironico, divertente e curioso e non una critica».

Com'è nata la centralità di Milano nella moda?

«Chi l'avrebbe detto che la Madonna sarebbe diventata sponsor della moda: tutto risale al '75, quando, con una sorta di «golpe» guidato da sette stilisti, si abbandona Firenze e Palazzo Pitti, l'allora tempio di sfilate. Proprio con l'intenzione di eleggere Milano capitale della moda, dimostrando un fiuto da segugio. È l'inizio di una escalation d'oro, di un mercato che si rivela di importanza internazionale per il «made in Italy». Firenze rimane tuttora il punto di riferimento per la moda maschile con Pitti Uomo».

Il mondo della Moda tra passato e presente...

«Il mondo della moda segue evoluzioni e cambiamenti e a volte è lo specchio di una società in degrado, cose che non si sarebbero ammesse in passato oggi sono di moda. Oggi, a volte, «il meglio» è «il peggio».

La questione Wintour e la difesa della moda milanese

«Sono pro moda milanese e seguo la posizione delle istituzioni che si sono schierate in modo compatto. Qui siamo a volte individualisti e gruppettari mentre la Francia è unita per il «Made in France». E noi dobbiamo difendere il «Made in Italy»».

Moda milanese nel contesto internazionale?

«Ne esce vincente, si è affermata negli anni. Abbiamo nomi simbolo riconosciuti nel mondo, i grandi ormai sono qui e qui vengono anche stilisti stranieri a sfilare. È una piazza ambita dai nomi della moda che viaggiano per il mondo. Tutti ora si stanno adoperando in una campagna fortissima pro «made in Italy» in un momento di crisi come questo, come nel caso del recente investimento sul mercato americano».

Punti di forza e debolezza

«Premesso che nessuno è perfetto, da buona milanese dico «viva Milano a tutto tondo». Certo ci sono progetti aperti, c'è ancora molto da fare. La moda è un continuo stimolo. È importante ora investire sui giovani come sta facendo la Camera della moda. E molti emergenti sono già emersi».



PROFILO

Lucia Mari in passato ha scritto per «Il Giorno», «Paese Sera» e il russo «Izvestia»

