

# Todd Snyder fa sfilare a Pitti il suo gusto del modernismo sartoriale

«Il mio punto di partenza sono sempre gli anni 80 e 90», spiega a *MFF* il creativo Usa. Che alla Leopolda porta uno show diviso in due capitoli e lancia una collaborazione con Woolrich fatta di stratificazioni athleisure. **Tommaso Palazzi (Firenze)**

«Il look più rappresentativo per me è l'uscita numero 48. Un mix di tailoring e opulenza vittoriana, unito a bermuda oversize e anfi che mi fanno pesare all'esercito brit». Così **Todd Snyder**, stilista nato in Iowa (Usa) spiega a *MFF* il cuore del suo show di debutto a **Pitti uomo 105**. Il backstage è affollato per le ultime prove e il soundtrack satura il suono fino a rendere quasi inaudibili le parole. Il morale del creativo è alto: «Ho atteso a lungo questo debutto a Pitti. Un momento davvero importante per l'evoluzione del mio brand». Dopo una ristretta press conference, sullo sfondo di polaroid e moodboard, i modelli iniziano a indossare layer di capi elaborati, dai volumi morbidi e volutamente oversize. La maglieria è cozy e sofisticata. I bermuda sono portati spesso sopra leggings, mentre una caratteristica quasi fissa sono i bermuda maxi. Gli archi scrostati della **Stazione**



Una serie di look Todd Snyder fall-winter 2024/25

**Leopolda**, avvolti dalla penombra, si illuminano e lo show parte. È diviso in due capitoli. La prima parte si apre con la collaborazione con **Woolrich** in qualità di direttore creativo di **Black label**. La classica Buffalo check shirt è aggiornata in cashmere con

una rivisitazione dell'Arctic parka indossata dall'ammiraglio **Richard E. Byrd**, il leader delle prime missioni scientifiche americane in Antartide. Altri capi coniugano gli innovativi tessuti tecnici di Woolrich con le caratteristiche sartoriali. «La mia playlist

di riferimento comprende sempre **Joy division** e **The Smiths**, ma mi piace mescolare anche nuove sonorità, come **Loy-le Carrie**. Il secondo capitolo gioca sul tailoring e si chiama **The modernist**. «Da diverse stagioni sento che le proporzioni nell'abbigliamento ma-

schile stanno cambiando. Questa stagione, le nostre silhouette sono una rivisitazione moderna del British drape inventato da **Frederick Scholte**, sartore del **Duca di Windsor** (e mentore di **Per Anderson** di **Anderson & Sheppard**), spiega. Snyder si ispira ai maestri del design che hanno ridotato il loro lavoro alla sua potente essenza, creando arte su una base funzionale. Da **Ferdinand Alexander Porsche** per l'auto 912 a **Dipinto n. 7** di **Franz Kline**, fino alle Egg chairs di **Arne Jacobsen**. «Il famoso designer danese disse una volta dei suoi mobili: «Il fattore primario sono le proporzioni». Non potrei essere più d'accordo», conclude.

**Giudizio**. Proporzioni e tailoring. Il messaggio è chiaro. La silhouette è costruita e morbida. I pants sono oversize come spesso le giacche doppio petto dalle maxi shoulders. Un approccio non nonsense, giusto per il mercato. (riproduzione riservata)

segue da pag. 1

nazionale del Made in Italy, con eventi speciali che ci devono portare a essere sotto i riflettori del mondo. Chiamerò i cavalieri del lavoro, gli imprenditori, i grandi stilisti a fare lezioni nelle scuole, per promuovere l'eccellenza del comparto. Senza dimenticare l'importanza dell'istituzione del fondo sovrano del Made in Italy, con una prima partecipazione di un miliardo di euro. Sono convinto che quest'anno tanti altri metteranno le proprie risorse per accrescere il patrimonio di investimento sulla nostra supply chain». Il ministro ha poi messo l'accento sulla continuità generazionale e sul reshoring. «Dobbiamo avere una regia su come formare meglio i giovani, dobbiamo portarli a iscriversi negli istituti tecnici professionali, il lavoro manuale deve essere una loro ambizione». Quest'anno partiranno poi altri provvedimenti, come quelli sulla lotta alla contraffazione attraverso l'identificazione dei prodotti delle filiere grazie alla blockchain e attraverso agenti sotto copertura e sul green. «Per la moda e l'abbigliamento le misure spingeranno le aziende verso l'utilizzo di fibre naturali. Il bello, buono e ben fatto deve diventare sempre più sostenibile sul piano ambientale, sociale e

aziendale. Supportiamo inoltre chi investe nel nostro Paese, chi torna a produrre da noi ha un incentivo fiscale pari al 50% per i primi 6 anni. Quei marchi storici che sono l'orgoglio dell'Italia non utilizzati a fine produttivo invece, dopo 5 anni torneranno di proprietà statale». Il ministro ha quindi confermato che il piano di transizione 5.0 avrà a disposizione 13 miliardi di euro nel 2024/25 destinati alle imprese che hanno un piano di ammodernamento tecnologico ai fini della digitalizzazione dell'industria 4.0. Il 10% degli importi ricevuti andrà alla formazione del personale. «Le risorse per l'innovazione ci sono, ora sarà compito vostro utilizzarle. Dopo i 70 milioni di euro che ho avuto nel 2023 per i contratti di sviluppo, quest'anno metteremo in campo per essi 3 miliardi e mezzo, di cui due per la manovra economica e il resto per la riprogrammazione dei fondi Pnrr», ha proseguito **Adolfo Urso**. Gli fa eco **Dario Nardella**, sindaco di Firenze: «La presenza del ministro dimostra l'attenzione del governo alla nostra città e al comparto moda. Dobbiamo essere orgogliosi del Made in Italy, della nostra capacità di creare e innovare. Pitti è un motore di innovazione verso le nuove generazioni e le scuole costituiscono un ecosistema. Non sono mancati i problemi



Da sinistra, Adolfo Urso e Dario Nardella a Firenze

**Nardella**, sindaco di Firenze: «La presenza del ministro dimostra l'attenzione del governo alla nostra città e al comparto moda. Dobbiamo essere orgogliosi del Made in Italy, della nostra capacità di creare e innovare. Pitti è un motore di innovazione verso le nuove generazioni e le scuole costituiscono un ecosistema. Non sono mancati i problemi

## Matteo Zoppas (Ice agenzia): «Per crescere stiamo cercando nuovi mercati di sbocco»

«**Pitti uomo** si riconferma la fiera più importante per il menswear, ma è un momento in cui bisogna cercare di creare valore. Abbiamo avuto un 2022 molto buono dal punto di vista delle esportazioni di moda uomo, che sono salite del 24,7%, più dell'inflazione e un 2023 in salita del 7,6% sul 2022. Ma la distribuzione sta avendo qualche rallentamento che preoccupa tutti, stiamo cercando di capire per cosa fare per dare una spinta. L'obiettivo sarà cercare nuovi sbocchi, mercati e nicchie di prodotto», ha commentato **Matteo Zop-**

**pas**, presidente di **Ice agenzia**, ribadendo gli 80 miliardi di export complessivi per il comparto fashion e la crescita di circa il 3% per i 12 mesi conclusi. «Se guardiamo ai dati dell'inflazione, l'aumento in Italia è stato minore di quello delle altre nazioni. Diventiamo ovvero più competitivi nei costi di produzione e quindi a livello internazionale. Fare squadra diventa fondamentale oggi e la resilienza degli imprenditori è stata determinante», ha concluso. (riproduzione riservata)

**Alice Merli (Firenze)**

agli imprenditori colpiti durante l'alluvione di novembre, con magazzini devastati dal fango e dall'acqua, rivolgo a loro un pensiero di vicinanza. Le istituzioni non faranno mai mancare un supporto a un mondo dell'impresa che dimostra quanto spirito di sacrificio c'è». Proseguendo, per quanto riguarda il rinnovo della Fortezza da Basso: «I cantieri coesistono con l'edizione di Pitti, abbiamo concordato le tempistiche con **Firenze Fiera**. Se c'è sinergia le cose si possono fare. Siamo al 70% dei lavori di restauro dei bastioni, ci manca solo il 30% per finirli e siamo già al 20% di attività sui padiglioni che continuerà fino all'anno prossimo». Quanto alle previsioni future sul comparto, il presidente di **Pitti immagine**, **Antonio De Matteis**, si dichiara positivo per l'anno. «Il 2023 è stato un esercizio record per molte imprese. Sarà un Pitti eccezionale, con un grande ritorno dei brand che riconferma la fiera al centro della moda maschile nel mondo. Nei momenti difficili i buyer e

le aziende hanno dimostrato il meglio. Ora dobbiamo stare attenti all'evoluzione del mercato, ci saranno cambiamenti che dovremo recepire, tra cui l'avanzamento dell'e-commerce». Rimane più cauto invece **Sergio Tamborini**, presidente di **Smi-Sistema moda Italia**. «Pitti costituisce da sempre un momento di riflessione. Mi sento meno ottimista per i primi mesi del 2024 che si presentano più complessi, con condizioni che stanno modificando il percepito dei consumatori e le industrie sotto pressione. È chiaro che alla politica dobbiamo chiedere qualcosa, abbiamo un gap sull'energia significativo rispetto ai Paesi europei, un tema di materie prime e di crediti d'imposta sui campionari che dà incertezza alle imprese. Nonostante questo, esse conservano la capacità di innovare. Nell'industria conteranno ancora gli elementi di base, la necessità di formazione e del ritorno dei giovani nelle fabbriche», ha concluso. (riproduzione riservata)

**Alice Merli (Firenze)**