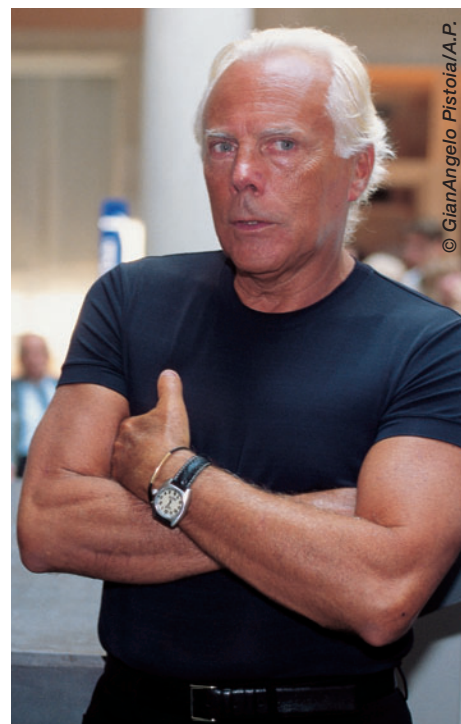


# Anna Wintour

“So di essere stata accusata di non amare Milano e di voler affossare la settimana della moda italiana per favorire New York o Parigi. Niente di più assurdo. È nell'interesse dei protagonisti mondiali della moda che Milano resti il punto di riferimento creativo e di business”. In un'intervista esclusiva al 'Sole 24 Ore', Anna Wintour, direttrice di 'Vogue America' fa piazza pulita delle polemiche che scaturiscono puntualmente da alcuni anni in occasione delle sfilate di moda milanesi e aggiunge “Auspicio che gli stilisti italiani riescano a tirare fuori orgoglio e energie: 'Condé Nast America' farà la sua parte”. In molti, compresi stilisti come Roberto Cavalli e Krizia, l'accusano di privilegiare la moda americana danneggiando quella italiana. Infatti ad ogni settimana della moda in Italia, Anna Wintour pretende e, talvolta, ottiene che i giorni di sfilate a Milano vengano ridotti da sette a cinque o tre per non dover rimanere troppo a lungo nel capoluogo lombardo. In questo modo i grandi stilisti della moda italiana fanno a gara per contendersi la presenza della Wintour nei pochi giorni in cui soggiorna in Italia e per questo gli orari delle sfilate spesso si accavallano ed hanno ritmi serrati. Inoltre le piccole realtà emergenti della moda italiana protestano poiché snobbate dalle testate giornalistiche che contano. La stilista Krizia si è dichiarata profondamente indignata dal modo in cui la Wintour strumentalizza il suo potere e Roberto Cavalli si è dichiarato insofferente allo strapotere della giornalista e al modo in cui gli stilisti italiani la riveriscono senza battere ciglio. Cavalli ha inoltre spiegato che a Parigi case di moda come Christian Dior o Louis Vuitton ignorano la richiesta della Wintour di abbreviare la settimana nella loro città e questo atteggiamento, a suo parere, dovrebbero adottarlo anche i suoi colleghi italiani.

Ad incrociare il 'fioretto' con Anna Wintour lo scorso mese di febbraio è stato 'King Giorgio', ovvero Giorgio Armani che, come un fiume in piena, ha affermato: “In questo ultimo giorno di sfilate sono rimasto solo tra i grandi a chiudere la settimana della moda e già una giornalista molto importante ha preso il suo aeroplanino e se ne è già volta a Parigi! E così non va bene, a Milano bisogna vederle le sfilate. Io sono appena entrato nella 'Camera della Moda' ma sono pronto anche ad uscirne subito se non si mettono a posto queste cose, se non si blindano i calendari con presenze importanti fino alla fine come succede a Parigi e a New York. Io ho quasi ottant'anni e da venti sento sempre le stesse cose e vedo gli stessi errori – continua Giorgio Armani che ha presentato abiti in tutte le sfumature di grigio con lampi di verde lime molto giovanili – alla 'Camera della Moda' stanno tutti zitti; oggi senza togliere nulla agli altri colleghi ci sono solo

Giorgio Armani



io di livello internazionale in calendario e questo non va bene. Perché io devo essere trattato così!”. Pare che Anna Wintour abbia motivato la sua assenza con la scusa di aver visto l'Armani Privé a Parigi e quindi poteva adesso saltare la prima linea. “Io sono polemico solo quando qualcosa non funziona – continua lo stilista – i rapporti devono essere sempre professionali. La signora che se ne è andata a Parigi è una che ha peso e potere e se non viene da me ne ho un danno. Ma forse ho peso anch'io ... Insomma bastava distribuire il calendario di 'Milano Moda Donna' in un altro modo, facciamo a turno per l'ultimo giorno visto che io chiudo da vent'anni. I francesi in questo sono più bravi di noi, basta non facciamo più mangiare la pappa in testa”. Ma il calendario non è il solo punto dolente. Precisa Giorgio Armani: “Se vogliamo che lo Stato prenda davvero in considerazione il settore della moda bisogna smetterla di fare solo sfilate di fantasia. Io rispetto i miei colleghi che operano nel settore della fantasia – spiega Giorgio Armani – ma fanno spettacolo. Io sono due mesi che lavoro a questa collezione per l'inverno 2014-2015 e alle tante sfumature di grigio, metto e tolgo particolari. Altri a differenza di me sono a rischio esaltazione e questo però diventa un rischio per tutti e per l'immagine della moda italiana nel mondo. Il venduto è altro, è prodotto reale. Certe sfilate sono solo show e ci facciamo ridere addosso. Tutto questo toglie autorevolezza, sono solo specchietti per le allodole. Perciò perché la moda sia sempre la nostra bandiera anche di cultura pensiamo a noi che lavoriamo con serietà. Meno agonismo pazzesco tra stilisti e abiti più veri”. La signora a cui fa riferimento Giorgio Armani, anche se non pronuncia mai il suo nome è appunto Anna Wintour, la potente direttrice di 'Vogue America', che non







Alcune copertine della prestigiosa rivista 'Vogue America' diretta da Anna Wintour

ha assistito al defilé della collezione del prossimo inverno e ha mandato al suo posto i suoi assistenti.

Ma chi è Anna Wintour e perché è temuta e tenuta così tanto in considerazione dagli stilisti e dagli operatori della moda di tutto il mondo? Anna Wintour, 64 anni magnificamente portati, è una 'self made woman' ovvero una giornalista che con la sola propria tenacia, caparbieta, costanza ed autorevolezza è riuscita ad imporsi in un ambiente competitivo qual è quello del giornalismo e dell'editoria di stile anglosassone ed a salire sulla plancia di comando della più autorevole rivista di moda statunitense e mondiale, 'Vogue America'. La sua vita è degna di un romanzo e merita di essere raccontata, seppur a grandi linee. Molti giornalisti lo hanno fatto, calcando la mano talvolta sul suo 'spigoloso carattere', come di evince dagli articoli che di seguito ripropongo per stralci. Alcuni scrittori e registi hanno preso spunto dalla sua vita per scrivere anche dei libri o per girare dei documentari o dei film.

Anna Wintour nasce a Londra il 3 novembre 1949. Fin da piccola respira in casa un'aria di 'news'; il padre infatti all'epoca era il direttore di un quotidiano molto importante in Inghilterra, l'Evening Standard'. A soli sedici anni intraprende la carriera di giornalista di moda. Un aneddoto, se vero, lascia intravedere la ca-

parbieta di Anna Wintour ancora adolescente. Si racconta che quando la Wintour si presentò al colloquio di lavoro per essere assunta a 'Vogue', l'allora direttrice, Grace Mirabella, le chiese quale posto volesse ottenere all'interno della rivista, e la Wintour le rispose freddamente: "il suo". Ed in effetti, passo dopo passo, riuscì con determinazione a salire la scala gerarchica, a sbaragliare la concorrenza ed a prendere il timone, nel 1988, di 'Vogue America'. Da allora non lo ha più lasciato ed è diventata come il suo predecessore alla direzione di 'Vogue', Diana Vreeland, un'icona della moda in tutto il mondo. Inflexibile sul lavoro, è altrettanto riservata sulla sua vita privata. Si sa che Anna Wintour si è spostata nel 1984 con David Shaffer, uno psichiatra infantile. Di tredici anni più vecchio di lei. La coppia ha divorziato nel 1999, dando luogo a numerosi pettegolezzi, che sono stati più volte smentiti da ambo le parti. Durante il loro matrimonio sono nati due figli, Charles e Katherine, detta Bee, che lavora per il 'Daily Telegraph'. La mania della Wintour per la moda non si è fermata neppure durante le gravidanze, periodi nei quali fa fatto adattare le gonne e i miniabiti di Chanel che ama indossare. La Wintour avrebbe voluto che la figlia Bee lavorasse nel mondo della moda, ma quest'ultima ha rifiutato le spinte della madre preferendo gli studi in legge. La direttrice di 'Vo-

gue America' è una grande appassionata di tennis e fan del campione Roger Federer, conduce un vita molto metodica: si alza prestissimo la mattina per giocare a tennis e poi recarsi in ufficio e la sera non va a dormire oltre le dieci. Mangia pochissimo, adora i cappuccini bollenti e presenza ai party e agli eventi mondani solo per un quarto d'ora e poi se ne va. È molto amica degli stilisti Ralph Lauren, Oscar de la Renta, Carolina Herrera e Diane von Furstenberg. Tutti stilisti americani. A questo proposito la stampa internazionale specializzata in fashion ha rimarcato la nota tendenza della Wintour a privilegiare gli stilisti americani, ma come ha dichiarato anche Franca Sozzani (direttrice di 'Vogue Italia'), "ogni direttore di 'Vogue' privilegia giustamente gli stilisti del proprio paese". I giornalisti internazionali che ogni anno si accreditano alla 'Fashion Week' di New York si sono anche posti una domanda cruciale: c'è moda in America. La loro risposta è negativa, detta in modo del tutto tranquillo e fuori da ogni visione protezionistica provinciale. Almeno non quella moda che per capacità di visione, di produzione, di business e di internazionalità può dettare le regole del sistema internazionale. Che la moda americana abbia uno speso specifico di questo genere lo crede ormai solo Anna Wintour, la direttrice di 'Vogue America'. Non varrebbe la pena porsi questo problema



New York Fashion Week

se il sistema fashion nel suo complesso avesse abbastanza tempo e denaro da sprecare, come succedeva negli anni passati e soprattutto nel decennio Ottanta del secolo scorso, quando era facile fare gli splendidi in un'industria florida che riusciva a vendere facilmente nei mercati ricchi di allora, e cioè Europa e Stati Uniti. Ora le cose sono cambiate: i mercati ricchi sono l'Oriente, l'Asia, la Cina; e poi il Brasile e forse l'India. Chi era ricco prima ora piange miseria, la crisi ha ammazzato molti e ci sta provando anche con chi è rimasto più o meno in piedi; si parla sempre di mercati ovviamente. In questa situazione con il proliferare delle 'fashion week' ovunque nel mondo, tra le quattro 'fashion week' storiche (Parigi, Milano, Londra e New York) si è scatenata una guerra di date e di leadership: chi ha più talenti, chi ha più industria, chi può raccogliere più compratori, chi ha l'organizzazione più impeccabile. In questa gara, proprio a causa della situazione in cui è il mercato, le date contano moltissimo: vince chi arriva prima. Sono anni che da New York, con alla testa Anna Wintour, premono per spostare in avanti le loro date. Il che comporterebbe lo slittamento di Londra, che altrimenti resterebbe schiacciata, e quindi anche di Milano e di Parigi. Il che, stando così le cose, è impossibile. E sono anni che, con il suo potere mediatico, Anna Wintour spinge per far diven-

tare New York la prima piazza fashion del mondo. Per riuscire in questa strategia, e consapevole della debolezza della massa critica che può avere la moda americana, la Wintour ha fatto pressioni per portare a New York molti marchi stranieri, soprattutto italiani, che danno comunque lustro alla settimana newyorkese. Ma come scrive il 'New York Times', questo ancora non basta per dire che c'è una moda a New York.

Parlando di moda Anna Wintour afferma: "Le persone dicono cose degradanti su noi perché si sentono escluse. Perché nella moda c'è qualcosa che fa innervosire: ma portare un bel vestito di Carolina Herrera invece di una cosa qualsiasi non vuol dire essere stupidi". Celebre taglio di capelli con frangetta, voce armoniosa da gran signora british, persino sorriso timido e solo gli occhi un po' stanchi: Anna Wintour, da ventisei anni impervia direttrice di 'Vogue America', venerata, detestata e soprattutto temuta, dice cose esagerate, in quanto milioni di persone ignorano il suo mondo, autoreferenziale e superbo. Anna Wintour di solito appare dietro immensi occhiali neri e tace, impenetrabile, alimentando l'inquietudine, i complessi di inferiorità, le genuflessioni di chi la circonda. Quindi che abbia aperto bocca, quale oracolo fashion, può considerarsi una vittoria del regista R. J. Cutler che nel documentario 'The September Issue'

è pure riuscito a farle togliere gli occhiali e a carpire quindi il mistero del suo sguardo miope e inaspettatamente dolce. Ed è con quel discorsetto che trancia il mondo in due, quelli che contano (perché si vestono Herrera o chissà chi) e quelli che non contano (perché non vestono Herrera o chissà chi) che comincia 'The September Issue', il documentario dedicato a Anna Wintour, dopo un romanzo ('Il diavolo veste Prada' di Lauren Weisberger), il film che ne è stato tratto con grande successo, e una ricca biografia, 'Front Row - Prima Fila', l'agognato e inaccessibile





New York Fashion Week



regno alle sfilate, riservato alle massime principesse della moda di cui Anna Wintour e la superregina, quasi sempre attesa invano e col cuore inutilmente in gola dagli stilisti e dai gelidi nuovi padroni dei marchi di lusso in affanno, i fondi finanziari. Il suo braccio destro André Leon Talley ha dichiarato che la Wintour non sopporta le persone sovrappeso e che ha concesso la copertina di 'Vogue' alla celebre presentatrice Oprah Winfrey solo a condizione che perdesse almeno venti chili. La giornalista Grace Coddington durante lo speciale dedicato alla Wintour nella trasmissione americana '60 Minutes with ...' ha ammesso che i canoni estetici della sua direttrice nel selezionare modelle e celebrità da fotografare su 'Vogue' sono a dir poco estremi. A chi la accusa di scegliere modelle eccessivamente magre e di promuovere l'anoressia nervosa la Wintour risponde che "... in America è l'obesità ad essere una piaga sociale e non l'anoressia e che invece di soffermarsi troppo su quest'ultima bisognerebbe

promuovere interventi contro i disturbi da sovralimentazione e a favore dello sport". Dopo essere stata seppur involontariamente, il modello a cui si sono ispirati scrittori e registi per le loro opere, Anna Wintour nei mesi scorsi ha esordito anche in televisione, su 'Ovation Tv', con un documentario di sei puntate 'The Fashion Fund' che racconta il 'backstage' decisionale per individuare il vincitore del premio assegnato ormai da dieci anni dal C.F.D.A. (Council of Fashion Designers of America). L'eccentrica direttrice di 'Vogue America' è attiva anche in ambito culturale. Lo dimostra la scelta del prestigioso Metropolitan Museum of Art di New York che, in concomitanza con il MET Gala 2014, ha deciso di cambiare nome al 'Costume Institute', denominandolo 'Anna Wintour Costume Center'. Una scelta che arriva alla fine di una lunga serie di restauri che ne hanno completamente ridisegnato forma e struttura, rendendolo uno spazio all'avanguardia e soprattutto segnando un nuovo benchmark sul piano della cura museale. Il nuovo 'Anna Wintour Costume Center' può vantare una galleria principale di circa trecentonovanta metri quadri con un nuovo laboratorio per la conservazione degli abiti, nuovi magazzini e zone per la ricerca. Un grande lavoro realizzato soprattutto grazie all'attività di fundraising della stessa Anna Wintour.

Nell'autunno del 2013 Anna Wintour era a Milano non solo per seguire le sfilate di moda, ma anche per presentare all'Accademia di Brera le borse di studio sponsorizzate da cinque delle più importanti riviste di 'Condé Nast America' - 'Vogue', appunto, 'GQ', 'Vanity Fair', 'W' e 'New Yorker' - per altrettanti studenti di moda uomo e donna, cinema, arte e giornalismo. In quell'occasione è stato chiesto a Anna Wintour il perché di tale iniziativa, se le partnership pubblico-privato

possano avere un futuro anche in Italia e se il nostro Paese fa abbastanza per incoraggiare giovani stilisti e 'start-up' della moda anche con l'aiuto di designer affermati. Sorridendo e con tono pacato ha risposto: "La moda è solo uno degli aspetti della creatività ed è uno dei tanti campi in cui voi italiani avete saputo distinguervi nei secoli e che vi hanno resi famosi nel mondo. Per questo abbiamo coinvolto altre discipline e scuole: è il nostro modo di rendere omaggio ai giovani e di dare loro fiducia. Nessuno deve avere paura del futuro né del cambiamento, come succede a volte in Italia. Negli U.S.A. siamo abituati alle partnership pubblico-privato, mentre in Italia sono state a lungo tabù. Ognuno deve avere ben chiaro qual è il suo ruolo, ma è assurdo non riuscire a trovare dei modi per collaborare, nell'interesse di tutti. Se posso far una critica a voi italiani è che l'individualismo a volte smette di essere una risorsa creativa e vi acceca, impedendovi di capire che una squadra, in un mondo come questo, ha molte più possibilità di vincere rispetto ai singoli giocatori, per quanto forti. 'Vogue America' incoraggia e finanzia da sempre giovani stilisti e 'start-up' della moda negli Stati Uniti - spiega Anna Wintour e conclude - anche su questo fronte, mi sembra che in Italia stia cambiando qualcosa e sono certa che in passato siano state già fatte cose importanti e meritorie. Ma non abbastanza. Gli stilisti italiani affermati, che sono ormai entrati di diritto nella storia della moda, devono capire che aiutare i giovani, concedendo loro spazio e magari trasferendo un po' di esperienza e conoscenza, non toglierà loro nemmeno un briciolo di gloria e fama, ma anzi aumenterà il loro prestigio. Essere generosi con i giovani migliora l'immagine delle persone e di un Paese".

GianAngelo Pistoia

Condé Nast Building a New York

