

ALESSANDRO TRITTI - BLACK STONE

Il corso di laurea magistrale in Moda, Campus di Rimini, in concomitanza con il ciclo di conferenze "Made in Italy", lo scorso 24 Marzo ha ospitato Alessandro Tritti, buyer e stylist del concept store tra i più innovativi del territorio italiano: il [Black Stone](#) di Bologna, piazza Aldobrandi 23, la cui location si ispira direttamente all'arte avant-garde, recuperando ex spazi industriali, fabbriche decadenti e arrugginite, e facendosi così portatore di uno stile privo di regole e conformità. È la bellezza dell'imperfezione che rispecchia appieno la visione giapponese del Wabi sabi, la quale può essere spiegata attraverso le parole di [Andrew Juniper](#): "*se un oggetto o un'espressione può provocare dentro noi stessi una sensazione di serena malinconia e un ardore spirituale, allora si può dire che quell'oggetto è wabi sabi*" [A. Juniper, *Wabi Sabi: The Japanese Art of Impermanence*, Tuttle publishing, 2003].

Con ben 13 anni di esperienza alle spalle, Alessandro ha dispensato utili consigli per gli acquisti alla sua giovane platea; in prima battuta, ha tenuto a precisare la definizione di *concept store*, sottolineando quanto sia importante esprimere una filosofia definita e coerente, quindi acquistando fashion brand che la rappresentino al meglio e compiendo un giusto crossover, al fine di crearsi una precisa nicchia di mercato. Un buon buyer è colui che riesce ad anticipare i tempi, evitando la scelta di marchi "facili" e ritrovandosi spesso ad osare, muovendosi tra le città più interessanti del momento, come Parigi e Milano, fonti di creatività e originalità.

Una delle maggiori difficoltà che si incontrano in questa professione è capire la vestibilità dei prodotti da acquistare, problematica che lo stesso Tritti consiglia di ovviare "*provando ogni cosa*". È necessario, inoltre, considerare sempre la possibilità di acquisto e la quantità di prodotti ad essa relativa: "*comprare un genere di nicchia pone dei rischi dal momento che questo tipo di creazioni ha costi più elevati. Fortunatamente, però, a differenza di altri brand più blasonati, non si ha l'obbligo di concessione, ovvero non si ha l'obbligo di comprare un tot di capi per ogni collezione; questo ti permette di acquistare solamente i prodotti e le taglie più idonee alla tua clientela*".

Alessandro Tritti è stato uno dei primi in Italia ad acquistare e fare propri capi di designer esclusivi; tra tutti, lo stilista austriaco [Carol Christian Poell](#), il primo ad eseguire le termosaldature sul cotone, che nel 2003 scelse il Grande Naviglio per far sfilare la propria collezione, dove i [modelli](#) erano trasportati come cadaveri dalla corrente. Altri designer di rilievo suggeriti dal nostro ospite sono: [Carpe diem by Maurizio Altieri](#), che per ottenere un effetto unico sotterrò per mesi le pelli a lui necessarie, Rei Kawakubo di [Comme de Garçons](#), la quale non avrebbe bisogno di presentazioni, legata fin dagli anni '80 ai concetti d'avanguardia, di imperfezione e non-finito; poi il californiano [Rick Owens](#) – proprietario oltre che dell'omonimo brand, anche di DRKSHDW –, [Boris Bidjan Saberi](#), [Tom Rebl](#), [Ann Demeulemeester](#) e [Kokon To Zai](#). Nella propria nicchia di designer, Tritti riconosce che alcuni – come Boris Saberi od Owens – sono di maggior attrattiva per il consumer, perché più conosciuti; i meno noti, invece, devono essere spiegati e presentati al cliente, il più delle volte proponendogli abbinamenti di gusto: "*Proponi ciò che tu indosseresti*" suggerisce Alessandro a chiunque desideri svolgere mansioni di vendita o stylist. In conclusione, all'incalzante domanda di raccomandarci qualche segreto di stile, risponde: "*sul panatlone skinny abbinare una maglia larga e lunga, perché occorre sempre rispettare le larghezze e le forme del vostro corpo; se siete invece più abbondanti nella parte inferiore, scegliete qualcosa di più stretto sopra*". Noi non possiamo che farne tesoro.

Fabiana Albanese – studente del corso di laurea Magistrale in Moda