

A CONVERSATION WITH FLAVIA LA ROCCA

Se googli Flavia La Rocca, trovi 1.380.000 risultati. Il primo, ovviamente, non è che il suo official website. Il secondo, un'intervista riportata da Cosmopolitan.it lo scorso novembre, e che la inserisce nel quadretto emergente dei giovani stilisti italiani. Il terzo, invece, non poteva che essere firmato Vogue.it: la designer romana, classe 1985, ha difatti raggiunto il successo grazie alla vittoria, nel 2013, dell'ambito concorso The Talents Night - Buy Talents in One Night promosso da Visa e organizzato in collaborazione con Vogue Italia. Ospite dell'ultima tappa del progetto laboratoriale in collaborazione con ZoneModa, Vogue Talents e Future Concept Lab, Flavia La Rocca ci ha parlato della sua esperienza professionale e della sua accresciuta attenzione per il concetto di sostenibilità, spifferandoci quali tessuti e materiali troveremo probabilmente nelle sue prossime collezioni.

D. Cominciamo dal principio: ti sei laureata presso La Sapienza, in Scienze della Moda e del Costume. Hai sempre pensato di intraprendere una carriera in questo mondo, oppure, in passato, avevi tutt'altre aspirazioni?

R. In realtà l'ho sempre pensato, fin da quando ero piccola. Del resto, in casa mia, la moda era nell'aria: le mie zie erano sarte di professione e mia mamma ha sempre avuto l'hobby del cucito. Ripetevo spesso che da grande avrei voluto fare la stilista, ma poi, quando mi sono ritrovata a studiare Moda e Costume, non ho avuto il coraggio di inoltrarmi nel design e ho preferito scegliere il settore economico/manageriale; alla fine, sono arrivata comunque a fare quello che sognavo, quindi... (sorridente, ndr).

D. Finiti gli studi, nel 2007 decidi di trasferirti a Milano. La capitale della moda italiana è stata la tua prima scelta o all'epoca avevi considerato anche altri centri internazionali della moda, come Parigi, Londra o New York?

R. No, la scelta di Milano è avvenuta in maniera abbastanza naturale, probabilmente anche per questioni di vicinanza: nonostante non ci abbia voluto studiare, ero comunque sicura che, un giorno, mi ci sarei trasferita. È lì che ho iniziato il mio primo stage dicendomi "Ok, faccio sei mesi a Milano e poi torno a Roma" ed è lì che ormai vivo da sette anni. Oggi, in effetti, potrei valutare di spostarmi anche a Parigi o Londra, dal momento che ho avuto modo, crescendo, di conoscerle meglio: c'è tutto un altro fermento, quindi magari in futuro, chissà... Ma per ora Milano va benissimo!

D. Prima di dedicarti al tuo marchio, hai lavorato per quattro anni negli uffici stampa di importanti marchi di moda quali Valentino, Vivienne Westwood, Prada, Blumarine. È stato difficile per te passare dalla comunicazione al design e alla gestione d'impresa?

R. In realtà no. Non si è rivelato particolarmente difficile. Aver lavorato in aziende molto grandi e strutturate mi ha aiutato molto, soprattutto ad avere una visione imprenditoriale. Per due anni ho fatto parte dell'ufficio stampa di Prada, occupandomi di celebrities e testimonial: qui ho avuto a che fare non solo con la comunicazione, ma anche con l'ufficio stile, la produzione e la logistica, ritrovandomi a gestire, nel mio piccolo, diversi e molteplici aspetti, nonché imparando a lavorare instancabilmente, come una vera "macchina da guerra". Non avendo concretamente studiato per diventare fashion designer, le mie capacità di disegno tecnico non sono altissime, però riesco interfacciarmi bene con la manifattura. Oltre a disegnare la collezione, mi occupo personalmente della comunicazione, vado in campagna vendita, contatto i negozi, in via sempre più strutturata man mano che il progetto cresce.

D. In che modo è avvenuto il tuo incontro con Vogue Talents?

R. Durante un press day Sara Maino ha visto la mia collezione e ci siamo così mantenute in contatto: ha apprezzato così tanto il mio prodotto al punto da inserirmi nei talenti selezionati da Vogue Italia; da lì, ho vinto una *competition* di Vogue Talents e Visa ed ho partecipato assieme a loro al Talents Store di Fidenza Village. Devo ammettere che il team di Vogue supporta veramente i designer emergenti e questo gli fa molto onore: vogliono essere sempre

aggiornati sulle mie novità e, quando possono, condividono sempre notizie e pubblicazioni a riguardo.

D. La tua collezione è interamente prodotta in Italia. Credi che sia importante per i nuovi designer continuare a puntare sul Made in Italy?

R. Sì, io da due stagioni mi occupo di moda etica e di sostenibilità, utilizzando tessuti riciclati e rigenerati; con il Made in Italy puoi conoscere qual è la qualità, qual è lo standard, quali sono le condizioni dei tuoi lavoratori, quindi tutti noi giovani stilisti dovremmo essere i primi a portarlo avanti. Certo, i costi diventano più alti, poiché la cura nei dettagli ne accresce il valore. Questo non ci permette di essere competitivi coi grandi nomi del mass market come Zara, ovvero con una fascia di prezzo più bassa, ma penso che probabilmente nessuno tra noi emergenti lo vorrebbe. E quindi sì, il Made in Italy va portato assolutamente avanti, a partire soprattutto dai materiali.

D. Il tuo brand ha un concept molto deciso, un look modulare e trasformabile che si possa adattare alle diverse situazioni della giornata. Qual è il modello di donna ideale per i tuoi vestiti?

R. Una donna che viaggia, che si muove nella città, un'avvocatesa, una studentessa, un'insegnante: la prerogativa principale è che sia dinamica. È una questione di attitudine: chi compra i miei capi vorrei potesse sfruttare appieno la possibilità di cambiarne la funzione con cui sono stati pensati, ovvero di trasformarli, indossando magari una gonna come abito oppure modificando le lunghezze a proprio piacimento. La donna ideale per i miei vestiti – dalle linee minimal e pulite – deve avere voglia di giocare con l'abbigliamento e di divertirsi nel farlo. È questo l'atteggiamento intraprendente che mi piace, unito sempre a una sensibilità e a un'attenzione per le tematiche etiche.

D. Spazi moltissimo nell'uso di diversi materiali, dai classici tessuti di cotone ad elementi più innovativi, come la spugna e la pelle d'anguilla. Quant'è importante per te sperimentare? E come svolgi la ricerca di nuovi materiali per le tue creazioni?

R. La pelle d'anguilla è stata una parentesi iniziale, ormai dimenticata, perché ora sto procedendo in tutt'altra direzione, concentrandomi molto sui tessuti sostenibili: da due stagioni utilizzo il poliestere riciclato, ricavato dalle bottiglie di plastica e che ho fatto successivamente forare; le bottiglie vengono lavorate per far nascere un filato con cui si realizzano tessuti di diverse pesantezze, che al tatto e alla vista possono sembrare molto simili al raso perché altrettanto performanti e belli da vedere. Ho lavorato anche con del cardato rigenerato, una lana che viene prodotta a Prato e che nasce dall'elaborazione di vecchi tessuti. Oggi, devo ammetterlo, compio una maggiore ricerca sui materiali rispetto al passato, cercando di portare qualche innovazione in un settore già altamente specializzato. La ricerca è pertanto continua: proprio di recente ho scoperto un pizzo realizzato con il sughero, di cui non ero affatto a conoscenza, e che sto studiando per poter inserirlo nella prossima collezione. Mi sono focalizzata sulla moda sostenibile poiché mi sono resa conto quanto queste tipologie di materiali possano essere tanto ecologici quanto belli, ed è questo il risultato più arduo da raggiungere. Di solito, quando si fa riferimento alla moda sostenibile, si pensa spesso ad un look stereotipato, un po' trascurato, sciatto, invece non è affatto così, perché si possono ottenere dei risultati davvero sorprendenti e altrettanto *cool*. Stella McCartney ce lo insegna più di tutti.

D. Sostenibilità è, del resto, la parola del giorno, nonché la strada da intraprendere per un futuro migliore. Credi che, in questa direzione, ci sia ancora molto da fare? E che occorra una maggiore sensibilizzazione a riguardo?

R. Sì, credo che ci sia ancora molto da fare. Proprio giovedì scorso (21 Marzo 2014, Day of Forests) sono stata presente all'evento Forest For Fashion, organizzato presso il Palais des Nations di Ginevra, dove ho parlato accanto ai rappresentanti del dipartimento di sostenibilità del gruppo Gucci, scoprendo che, fortunatamente, anche in Italia comincia ad esserci una maggiore sensibilizzazione verso un modello di sviluppo sostenibile, ma probabilmente il vero problema rimane il consumatore finale. Recentemente, nell'ambito della London Fashion

Week, ho partecipato ad *Estethica*, la sezione aperta dal British Fashion Council nel 2006 e dedicata alle ultime novità *eco-fashion*. Stampa e buyer mi hanno rivolto molta attenzione: sono stati pubblicati diversi articoli dedicati al mio lavoro, soprattutto per il concetto che sono riuscita a sviluppare, concetto sostenibile già di per sé, ovvero quello di poter possedere più di un abito in un unico capo. È un argomento a cui tengo particolarmente: se riesco a mettere in condizione anche solo dieci persone ad acquistare dei capi in tessuto riciclato, per me è già un piccolo obiettivo raggiunto.

D. Di recente hai partecipato anche a un progetto di crowdfunding, collaborando con la nota piattaforma WOW/CRACY: è uno strumento che suggeriresti ai giovani che vogliono lanciare la loro idea?

R. Assolutamente sì. Io sono stata fortunata, il mio primo progetto è andato a buon fine e adesso stiamo lavorando al secondo. Sulla piattaforma è già presente in pre-order la prossima collezione invernale: lo stesso giorno in cui l'ho presentata alla London Fashion Week, è stata caricata direttamente on-line una selezione di pezzi pre-ordinabili, con uno sconto del 50% per i primi dieci clienti. È un ottimo modo per arrivare all'acquirente finale e per ammortizzare i costi di produzione: il designer propone un progetto, il quale verrà prodotto solo e soltanto se già ordinato, quindi venduto. Per un giovane designer che vuole lanciare le proprie idee, ma non ha la possibilità di crearsi uno stock, penso sia il mezzo migliore per iniziare. L'importante è essere molto presenti, ovvero lavorare molto nella comunicazione on-line, tra updating e sharing, perché ormai tutti siamo consapevoli della forza potenziale del web. In più, con il team di WOW/CRACY mi sono trovata benissimo, mi hanno supportata veramente.

D. In conclusione, che consiglio daresti a chi sta per muovere i primi passi lavorativi in questo settore?

R. Anche se si ha in progetto di realizzare qualcosa autonomamente, come ad esempio fondare un proprio marchio, io consiglio di svolgere molta esperienza presso altre aziende e altre realtà, perché questo aiuta a rendersi conto di come funziona davvero il settore, di quale percorso occorra seguire. Buttarsi a capofitto in un qualcosa di autonomo, subito dopo gli studi, può rivelarsi molto pericoloso: un conto è avere appreso sufficienti nozioni, un conto è metterle in pratica sul campo. Quindi, ripeto, consiglio sicuramente di svolgere molta esperienza prima di avviare un proprio progetto, per poi rimanere molto mirati nella direzione intrapresa, perché la concorrenza di oggi è spietata e non salva nessuno. Io mi sono focalizzata sull'idea degli abiti modulari e intercambiabili e questa mi accompagnerà fino a quando porterò avanti il mio marchio. Bisogna essere molto decisi sulla propria proposta, prima di buttarsi in un mare pieno di squali. Assieme all'esperienza da acquisire ci vuole, pertanto, altrettanta determinazione. Questa è la cosa più importante.

Alberto Fiorani – studente del corso triennale Culture e Tecniche della Moda