

10SEI0●TT0: PRIMITIVISM0 È SIN0NIM0 DI AVANGUARDIA

La pelle di animale è il primo materiale usato dagli uomini per proteggere il loro corpo, nudo e vulnerabile ai pericoli presenti nell'ambiente. Allora non c'erano alternative, mentre oggi, quella di Tiziano Rillo è una scelta dichiarata: alla base del suo brand *10sei0otto* giace il concetto di *moda primitivistica*; la pelle diventa qui un involucro aderente, si adatta al nostro corpo, al nostro calore e su di noi si plasma. La pelle, quindi, come punto di partenza, nonché forte passione che lega Tiziano al suo socio – abile maestro della pelletteria, specializzato nel settore modellistico – Paolo Barelli. La piccola azienda di Paolo, situata a Mirandola, ha avuto infatti l'onore di lavorare per il designer Rick Owens, di cui lo stesso Tiziano non nasconde l'iniziale e diretta ispirazione stilistica. Del resto, Owens, assieme a Poell e Altieri, sono i creativi di punta del filone d'avanguardia che ha aperto la strada a numerosi altri marchi, successori diretti del loro stile.

Il nome del brand – che deve rappresentarne appieno la filosofia, senza cadere nello scontato – rispecchia la data di nascita del figlio, che proprio in quel periodo stava per nascere. A fine 2009, Tiziano e Paolo iniziano la loro attività quasi per gioco, creando una piccola collezione di sette giacche uomo e donna, e inaspettatamente il successo non tarda ad arrivare: partecipano a diverse fiere di settore – dal White di Milano ai saloni parigini – costruiscono i loro primi contatti internazionali e acquistano un piccolo showroom a Parigi. Tiziano, e come lui molti colleghi, rivela di preferire l'ambiente parigino, perché maggiormente predisposto – rispetto a quello italiano, ancorato a un'amministrazione e una gestione antiquata come quella della Camera della Moda – ad accogliere idee innovative e sperimentali. Tiziano è per lo più un autodidatta, in questi cinque anni di attività ha imparato molto sul campo; da giovanissimo ha frequentato un corso di maglieria nella sua città natale, nonché importante centro tessile, Carpi; pur non divenendo perito tessile, ma non ha mai abbandonato questo campo: per un periodo si è occupato di accessori e ha avuto persino un negozio, imparando a conoscere i gusti del consumatore finale. Non ama definirsi né un designer né uno stilista, ma preferisce l'appellativo di “designer creativo” che, secondo lui, significa tutto e niente, ma rimanda al valore della creatività: “*il talento non si insegna a scuola; sì, essa aiuta a migliorarsi, ma creativi lo si è dalla nascita*”.

Sulla pelle si può lavorare tantissimo: appena scuoiata dall'animale, quindi grezza e raggrinzita, non ha valore, ma le successive e complicate lavorazioni di conceria la rendono costosa e le conferiscono l'aspetto tipico che possiamo osservare sul capo finito. Da elemento primitivo, per far sì che diventi un materiale nobile, *10sei0otto* si concentra sulla tipologia di trattamenti sperimentali: per esempio, la tecnica *mestizo*, brevettata da un artigiano modenese, che consiste in una verniciatura a spruzzo su una pelle cluster bianca; viene data la vernice e poi viene rotta per creare delle screpolature, la superficie sembrerà così composta da scaglie, trasformando ogni volta il capo in un pezzo unico. Dal concetto di pelle aderente al corpo, è nata invece un tipo di pelle elasticizzata, assomigliante al neoprene, ottenuta accoppiando il pellame all'elastam – proprio come avviene per la maglia. Sono davvero poche le aziende che riescono a realizzare questo tipo di materiale: nello stretch i più forti sono sicuramente i francesi, mentre in Italia la materia prima di maggior qualità è quella toscana. Oltre all'abbigliamento in pelle, nelle loro collezioni hanno inserito successivamente il **tessuto**: da qui l'idea del mix-match, che ritroviamo negli accostamenti pelle-maglieria oppure pelle-pelliccia-tessuto. Tiziano, durante l'incontro, ha mostrato agli studenti un esempio unico di queste combinazioni: una **pelliccia di visone**, arricchita di maniche di pelle aderente e rivestita all'interno con lana/cotone a taglio vivo, la quale emerge sfilacciata anche nei bordi esterni, creando un gioco di opposizioni. L'idea è stata

quella di unire il lusso della pelliccia al primitivismo degli altri materiali; la scelta dei loro colori riprende questa stessa filosofia di contrasti, accostando qui la purezza del bianco al nero più cupo. Anche la chiusura della pelliccia non è data da semplici bottoni, ma da un gancio metallico, una gancio da ferramenta, fatto realizzare in realtà da un designer di gioielli. L'accessoristica dei capi del brand è molto curata in tutte le creazioni e totalmente personalizzata, ritrovando, assieme ai ganci, anche un particolare uso di zip.

Un altro capo su cui hanno lavorato e creato un pensiero nuovo è il **piumino**, fatto rivestire all'esterno di pelle d'agnello. Una rivisitazione motivata dal fatto che molti, soprattutto le donne, non comprano piumini per evitare l'effetto "omino Michelin": di conseguenza, il fit è stato studiato con attenzione – poiché il taglio è alla base della vestibilità del capo – a cui si aggiunge un discorso di impunture, disegnate a mano a modello finito, asimmetriche sottolineano ulteriormente il lavaggio *mestizo*. La **cucitura** è un segno distintivo delle creazioni **10sei0otto**: riprodotta per ogni capo, realizzata in contrasto o tono su tono, è ormai parte del loro dna. È stata ereditata dall'azienda grazie ad uno stilista inglese, Richard Edwards, che la utilizzava più di vent'anni fa, costosissima perché fatta a mano con una crine di cavallo. Oggi invece viene realizzata a macchina, ma è comunque una lavorazione difficile, che richiede mani esperte, giusta tensione del filo e giusto ago.

Tra gli obiettivi di Tiziano vi è indubbiamente l'intento di preservare il **made in Italy**, affidandosi ad aziende produttive e fornitori per lo più localizzati sul territorio nazionale. A ciò si aggiunge il concetto di portabilità e di **democrazia** dei capi, evitando di crearne di troppo estremi e complicati, ma preferendo tagli stretti, asimmetrici, comodi e versatili, abbinabili a diversi stili, dal classico all'innovativo. La democrazia passa anche attraverso il prezzo finale: vorrebbero che tutti potessero comprare quello che fanno e uno stesso capo viene così presentato in 5 o 6 versioni diverse in modo da raggiungere più target. Discorso a parte è quello che riguarda il **colore**, quasi assente. L'unico che si presta è il rosso – non a caso, il colore del sangue – assieme a sfumature di marrone o, nell'estivo, a qualche tonalità più chiara, ma sempre molto stemperata. Del resto, visto i particolari volumi che caratterizzano i prodotti del brand, non avrebbe senso inserire forti cromie, poiché risulterebbero solamente un elemento di disturbo. L'essenza di **10sei0otto** è racchiusa nel **total look** che riescono oggi a proporre: oltre alle calzature, molto apprezzate sul mercato giapponese, producono anche altri accessori, come porta scarpe, cappelli, borse e portafogli. Nell'ultima stagione hanno introdotto persino il denim, nella versione stretch, realizzando un jeans che all'apparenza sembra un classico pantalone. Infine, Tiziano ci lascia svelandoci un piccolo ma geniale escamotage, ovvero ci spiega l'utilizzo di due automatici all'interno delle maniche del giubbotto: grazie ad essi, le due maniche si possono allacciare tra loro, come avviene per un manico di una borsa, in modo da poter indossare il giubbotto comodamente in spalla, come una tracolla o legandoselo intorno alla vita. Questo è uno dei tanti dettagli che fanno la differenza e che testimoniano il vero significato di "sperimentare": nel fare moda, artigianalità e innovazione si muovono ancora all'unisono, nel nome del made in Italy, o meglio, made in Mirandola.

Monica Caminiti – laureata al Corso Triennale Culture e Tecniche della Moda