

Società

COMPLEANNI ECCELLENTI

DYNASTY DI ELEGANZA

Quattro generazioni e un secolo di vita per un marchio, Zegna, che non è solo un brand ma anche uno stile di vita

DI CARLOTTA MAGNANINI

L'entusiasmo è anche questione di affinità elettive: lo puoi trasmettere solo a quelli sulla tua stessa lunghezza d'onda. Salvo rare eccezioni, come Anna Zegna. Il suo è un entusiasmo percettibile a chiunque: in ogni parola o gesto, anche quando si versa una Coca o si alza ogni cinque minuti dalla scrivania per cercare una foto, un oggetto che illustri quanto dice, quando parla delle affinità che ha trovato in James Hillman, Mimmo Jodice o Peter Lindbergh. Amici che hanno disseminato con i loro souvenir l'ufficio della nipote di Ermenegildo Zegna nella sede milanese frutto del restyling di Antonio Citterio: scatti personalizzati di Peter e Mimmo. «Questa, insieme a una macchina fotografica, me la regalò la mamma di Adrian Brody, giornalista per il Village». In bianco e nero, rappresenta uno spaccato siciliano molto diverso da quello rigoroso e monumentale dello scenario di Trivero. Comincia da lì, dalle montagne biellesi, dalle sue comunità e dall'uomo «che voleva sanare l'aporia tra etica ed estetica», come si legge nell'altrettanto monumentale volume Skira dedicato alla storia di Zegna, la storia di passione e innovazione di un brand tra i più solidi del made in Italy, oggi business da 800 milioni di euro. Tramandata attraverso quattro generazioni in 100 anni e 45 paesi, dal 21 giugno questa storia diventa anche una mostra in Triennale. Articolata in quattro percorsi: la Mente, la Mano, lo Stile, l'Ambiente. «Non era fa-

cile superare l'horror vacui davanti all'enorme mole di materiale d'archivio», racconta Anna Zegna, image director, presidente della Fondazione Zegna e vicepresidente della Camera della Moda: «Così ho cercato di dargli coerenza attorno a temi ricorrenti: la visione imprenditoriale, l'internazionalizzazione e l'impegno sociale. Da raccontare rispetto al loro tempo, dalle foto in bianco e nero con capi del guardaroba di mio nonno, alle macchine per la tessitura, fino ai video ed elaborazioni al computer per la parte riguardante la fase più recente, noi della terza generazione».

A proposito dei capi del nonno presenti in mostra: ne ricorda qualcuno in particolare?
 «L'immancabile cappotto, i cappelli Barbisio in quelle splendide scatole, e il bastone da passeggio: insieme erano la sintesi di un uomo d'altri tempi. In una sua foto che amo molto, indossa pantaloni bianchi a vita alta, bretelle, camicia

in lino e scarpe bicolori di tela e cuoio. Un outfit eccezionale».

Quali sono invece i capi icona di oggi?

«Per gli anni 2000 sceglierei il classico gessato Zegna reinterpretato in varie tipologie, e il casual chic, meno formale: estrosità italiana molto apprezzata all'estero».

Come reagirebbe se suo figlio, di cui vedo la foto qui sulla scrivania, andasse in giro con jeans a vita bassa e boxer in evidenza?

«Mio figlio studia a Londra e indossa la divisa della scuola. Ma gli piace vestire elegante... Mi ha detto che in versione dandy "cucca" molto di più».

Da suo padre Angelo e suo zio Aldo ha ereditato anche l'amore per la montagna e l'ecologia. Come è riuscita a raccontarlo nella mostra?

«Attraverso filmati, elementi tattili, foto di Mikael Jansson, Mario Testino, Peggy Sirotta, i travelog di Mattias Klum. Manca l'acqua di Trivero, il segreto della qualità dei filati, ma è possibile sentirne il suono e concludere il percorso con un cortometraggio che racconta l'Oasi Zegna. Volevo che ognuno ne portasse un pezzettino con sé».



È qui la festa

I festeggiamenti del Centenario sono cominciati l'11 maggio con il brindisi con i dipendenti di Trivero - condiviso via satellite e in mondovisione con 7 mila sedi dislocate e flagship store. Sono proseguiti con un allestimento a Casa Zegna e la pubblicazione del volume "Cento anni di tessuti, innovazione, qualità e stile", edito da Skira. E poi: accessori di lusso come l'orologio con Girard-Perregaux e abiti in edizione limitata (i ricavati andranno al 50% in beneficenza). Gran finale, la grande mostra curata da Maria Luisa Frisa che inaugura alla Triennale di Milano il 21 giugno: "Ermenegildo Zegna. 100 anni di eccellenza. Dalla Fabbrica del tessuto a quella dello stile". Da visitare anche su www.centenariozegna.com, su cui seguire il making of degli allestimenti.

Lei così amante del verde non amerà Milano.

«La mia vera casa è questo ufficio, qui ho tutto... Soprattutto la luce».

Gli Zegna ricordano una corte rinascimentale: collaborazioni con architetti, artisti e fotografi...

«Nell'arte ci sono cresciuta, è nel nostro Dna: mio nonno ha lavorato con Otto Maraini, Ettore Olivero Pistoletto e per arredare casa si rivolse a un antiquario come Pietro Accorsi. Questo tipo di cultura ti permea a 360 gradi e noi cerchiamo di alimentarla con progetti ad hoc, unendo elementi antichi e moderni, collegandoci ad artisti, architetti, istituzioni come il Fai. Vogliamo portare l'arte tra il pubblico, fuori dai musei. Come sulle panchine di Trivero, opera di Alberto Garutti con il progetto "All'Aperto". Tra parentesi: non hanno subito un solo atto vandalistico».

C'è mecenatismo oggi in Italia?
 «C'è nei piccoli centri, nei progetti dis-

seminati sul territorio... Per esempio questo libro, "(Re)design del territorio di Andrea Granelli e Monica Scanu", non è eccezionale? Come se l'Italia riuscisse meglio di chiunque altro paese a valorizzare il genius loci».

Se gli aiuti non vengono dal governo...

«Nessuno meglio di chi lo abita sa cosa serve al proprio territorio. Ovviamente, se ci fosse una "svegliata" dall'esterno sarebbe meglio».

Si sente mai una "viandante solitaria", per usare una bella definizione di suo nonno?

«Ogni tanto sì. Non come viaggiatrice, si capisce: ma quando si è circondati da incomprensione, bisogna capire quando è il momento giusto

per agire e proporre le proprie idee».

Il progetto di cui va più fiera?

«Quello in India con Care & Share, con una visione della sostenibilità davvero completa che tocca le tematiche dell'educazione, del microcredito, dell'economia, in una cultura molto diversa dalla nostra, da rispettare».

Nell'equilibrio aziendale è stato detto che suo fratello Gildo, amministratore, sia l'equazione e suo cugino Paolo, presidente, il logos: cosa rappresentano le donne Zegna?

«Laura è l'essenza dell'Oasi, Renata l'equilibrio, nella fondazione si occupa di ricerca scientifica, Benedetta è alle risorse umane. Ognuna dà un apporto, trasversale è il senso della famiglia».

Il motto di Gildo è "mastica amaro e sputa dolce". Il suo?

«Quando lavoravo da Versace un magazzino chiese a Gianni di scattare foto dei collaboratori e scriverci sotto la parola che lo connotava. Sotto la mia scrisse "Entusiasmo"». ■

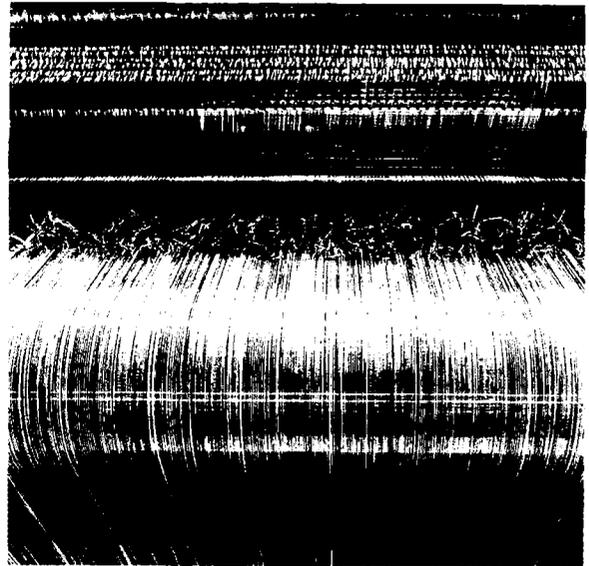


Foto: Damien Dupuis, Mimmo Jodice



Da sinistra: Anna Zegna; la Fondazione, a Trivero; p/e 2010; opera di Alberto Garutti da "All'aperto". Sopra: telaio di Ermenegildo Zegna in uno scatto di Mimmo Jodice

