

Supplemento al n. 159-160 del 1° novembre 1977 - L. 1.000 - Spedizione in abbonamento postale Gruppo II/70



Sciare

MODA '78



L'ANNUARIO DELLA MODA INVERNALE ITALIANA

ma
griffe



carven
paris



GECONF

via Borgo Treviso 131, Castelfranco Veneto (Treviso)

GIBI

via Marchi 1, Pieveottoville (Parma)

GICOLL

via Cavour 78, Rivignano (Udine)

GICO'S

via Barbaro, Paderno di Ponzano (Treviso)

GIGI RIZZI

via G. Di Vittorio 347, Sesto San Giovanni (Milano)

HEAD / GUNTHER COMPLOJ

via Dursan 20/A, S. Cristina Valgardena (Bolzano)

IL FIORE DEGLI SPORTIVI

via Palazzin 16, Giustino Pinzolo (Trento)

JESUS / MAGLIFICIO TORINESE

c.so Brescia 86, Torino

LAFONT/SACSE

Ellera Umbra (Perugia)

L'ALPINA

via Tito Livio 15, Milano

L.C.

ss. 26, Cerreto Castello

LINEA SPORT

p.za De Agostini 3, Milano

LORENZ / RED FOX

via Roma 23, Gorle (Bergamo)

LYRIAN

via B. Verro 10, Milano

MAGLIERIA E. ZEGNA

via Zegna, Trivero (Vercelli)

MAGLIFICIO CERVINO

via Dell'Acqua 60, Biella (Vercelli)

MAGLIFICIO GIMER

via Torino 21, Volla (Napoli)

MAGLIFICIO IBEX

via N. Sauro 19, Brescia

MAGLIFICIO ROVER

via Volta 35, Zanè (Treviso)

MAGLIFICIO ORSO BIANCO

via Pratoquartino 49, Sant'Olcese (Genova)

MAGLIFICIO SUBALPINO

via Alessandria 51, Torino

MAGLIFICIO TAMIGI

Strada per Genova 214, Moncalieri (Torino)

MC ROSS

via F. Testi 38, Milano

MEC SPORT

via Budriago, Carvico (Bergamo)

MEDIAMARKET

v.le della Repubblica 245, Treviso

MORGAN'S SPORTING HOUSE

via XXIV maggio 56, Conegliano (Treviso)

NEW JERSEY

via De Amicis 53, Milano

NIK GEORGE

via XXX ottobre 39, Codognè (Treviso)

NIKO SPORT

via Boldini 6, Pistoia

NORWAY

via Roma 57, Ponte San Pietro (Bergamo)

PAIOLI SPORT

via Brini 2, Bologna

PANDA SPORT

via Volta 77, Viareggio

PIER SPORT

via Bernardini 6/C, Bologna

POLONI

via Capodimonte 1, Montebelluna (Treviso)

PROGRAMMARKET

via Bosa 29, Bassano del Grappa (Vicenza)

ROBERTA TONINI

via S. Tommaso 6, Thiene (Vicenza)

ROLLY GO

via Capo di Vico, Casorate (Milano)

RUNA SKIING

via La Marmora 29, Firenze

SADAS CONFEZIONI

via Triumvirato 1/8, Bologna

SAMAS

via Valeriana 29, Sondrio

SEB SPORT

via Magenta 15, Padova

SER-MAR

vicolo Malgrado 5/A, Bologna

SILMAS

via di Brozzi 19, Firenze

SILVY TRICOT

via Resia 27, Bolzano

SINA COVA

via dei Valtorta 6/4, Milano

SPADAFORA G. & FIGLI / GISPA

via Druso 313, Bolzano

TRISSI SPORT

via Papa Giovanni XXIII, Almenno San Bartolomeo (Bergamo)

Redazione
Mariagrazia Gasparini

Servizi
Grazia Bertola
Mariagrazia Gasparini
Jacqueline Bonnet

Impaginazione
Carlo Cardinale

Direzione tecnica
Giorgio Monti


Sciare
MODA'78



Colmar



Il Fiore degli Sportivi



Rolly Go

L'annuario della moda invernale italiana	1
Chi crea la moda invernale	2
La linea '78 (Jacqueline Bonnet)	6
Sciare dalla A alla ZIP (Jacqueline Bonnet)	8
Stilista per moda di dire (Grazia Bertola)	10
Aspettando Robin Hood (Mariagrazia Gasparini)	12

Head	13	Gigi Rizzi	82
Colmar	14	Calzaturificio Rocas	84
Samas	24	Brunik	86
Trissi Sport	30	Dolomiti Seiller	88
Lafont	34	Nik George	92
Gispa	36	Alas	96
Il Fiore degli Sportivi	42	Ciesse Piumini	97
Andrea De Adamich/Marlboro	46	Geconf	100
Frady Set	50	Daxis International	102
Rolly Go	54	Red Fox	104
Marilena	64	Lacoste	108
Anna Sport	68	Maglificio Rover	112
Morgan's Sporting House	70	Calzaturificio Poloni	114
Sportalm	72	K-Way	116
L'Alpina	74	Mam	118
Skiyot	76	Anzi & Besson	120
Calzaturificio Tecnica	80	Arvil	126
Elesci	81		

Supplemento al N. 159-160 del 1° Novembre 1977 di Sciare - L. 1.000

Sciare moda 78 è un supplemento al n° 159-160 di Sciare del 1° Novembre 1977. **Sciare** - Massimo Di Marco direttore responsabile - DMK editrice srl - Pubblicazione quindicinale di sport invernali, turismo, politica e cultura registrata presso il Tribunale di Milano n. 166 del 12 maggio 1966 - Anno XII - Spedizione in abbonamento postale (Gruppo II/70) - C.C. postale n. 3/56218 - Direzione, Redazione, Amministrazione e Ufficio Pubblicità: Via Vitruvio 43 - 20124 Milano - Telefoni: 27.19.050 e 27.19.078. Pubblicità inferiore al 70%. **Distribuzione:** Messaggerie Periodici S.p.A. Milano, Via Giulio Carcano 32. Telefono 843.81.41/2/3/4. **Abbonamenti:** Un anno (14 numeri) L. 6.000 senza doni e L. 7.500 con doni. Estero: Europa L. 12.000 senza doni e L. 14.000 con i doni. Inviare l'importo a mezzo C/C Postale n. 3/56218 o con vaglia postale appoggiato su Milano 40. Per variazioni d'indirizzo unire L. 150 in francobolli. Prezzo di copertina L. 500, arretrati il doppio. **Stampa:** Tipolitografia Seregno - Via Puecher 2 - 20037 Paderno Dugnano (Milano) - Tel. 02/91.84.566/7 - **Fotocomposizione:** Grafotitoli - Via A. di Tocqueville, 7/a - Milano - Tel. 63.76.86/63.85.68. - Tutti i diritti riservati - Sciare is published bimonthly.

IMBOTTITURE

FINI [®]

S.P.A.

FIBRE SINTETICHE

**LE NOSTRE IDEE
SONO SUBITO MODA**

039/510669 - DIREZIONE DISTRIBUZIONE - ROBBIATE (Como)
02/464694 - UFFICIO COMMERCIALE - MILANO

La linea '78

di JACQUELINE BONNET

La linea «sci» '77-78? Esiste, in effetti, un filo conduttore, un'idea-base su cui si innestano e sviluppano vari e differenti temi e formule; ma non c'è senz'altro un vero e proprio «verbum» di moda sportiva, quello che nel prêt-à-porter assume proporzioni di «dictat». Fermi restando alcuni motivi di fondo presenti in tutti i campionari, per il resto assistiamo a una grande varietà di stili, a una grande ricchezza nella tavolozza dei colori, a una grande libertà di scelte. Inesauribile è la fantasia degli italiani, insopprimibile il bisogno di differenziarsi dal proprio simile e di personalizzare ad ogni costo il proprio prodotto.

Discordi negli orientamenti e nelle proposte da lanciare, le ditte del settore si trovano indissolubilmente unite da una tacita intesa nel rifiuto unanime di alcuni moduli e idee-moda imperanti fino a poco tempo fa. Ostracismo ai colori vivaci, o meglio alle volute, stridenti combinazioni di tinte squillanti (relegate ormai nell'ambito esclusivo dell'abbigliamento agonistico); no ai disegni vistosi e al patchwork (accoppiamento di diversi materiali e diversi disegni nel medesimo completo); no alla gigantomania (scritte enormi dappertutto); no alla «americomania» (stemmi, stelle, paludamenti che sembravano ricavati dalla bandiera U.S.A.!); no al gusto pop trionfalmente lanciato dagli stivali doposci e con agile escalation arrivato alle giacche, ai berretti, ai guantoni. Tutti questi temi oggi vengono irrevocabilmente abbandonati dagli stylist delle varie ditte (abbandonati, naturalmente, fino al momento in cui

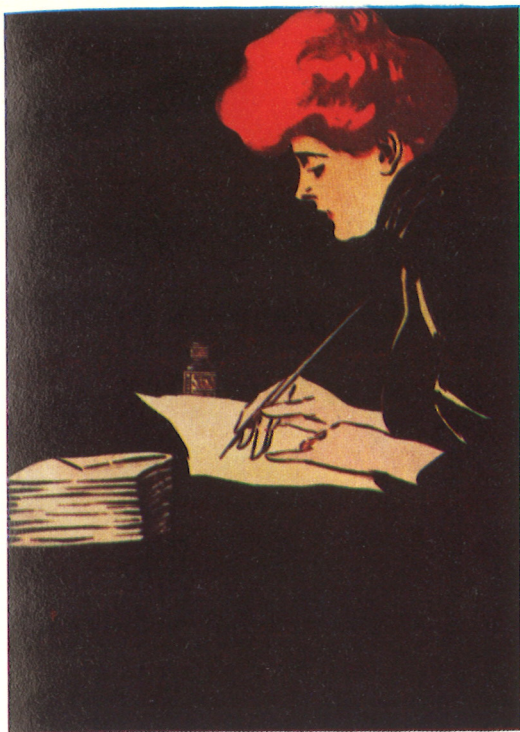
avranno l'età giusta per essere materiale da «revival»). Sull'onda del ritorno alla «saggezza» e della tendenza alla sobrietà, anche il pubblico ha ritrovato un suo equilibrio e ha rinnegato quasi totalmente gli atteggiamenti esagerati, le immedesimazioni «divistiche», gli istrionici travestimenti.

Non si sa fino a che punto sia la massa con il suo gusto, le sue idee, i suoi improvvisi cambiamenti d'umore e le sue altrettanto improvvise passioni a dettare legge nel campo dell'abbigliamento, e dove inizi invece l'opera subdola e tentatrice dei messaggi pubblicitari a condizionare e «plagiare» i gusti del compratore. Il confine è oltremodo sfumato, gli operatori e gli stylist captano umori vaganti, «tastano il polso» al pubblico e mettono in moto la loro «macchina-fabbrica-idee». È un circolo chiuso, un'influenzarsi a vicenda: il pubblico si illude di scegliere, mentre viene occultamente diretto nella scelta; la macchina pubblicitaria è convinta di avere a disposizione un materiale umano da plasmare, da formare e da indirizzare verso scelte già precostituite e invece è influenzata a sua volta da un «quid» che c'è nell'aria, da uno stile che si incontra per le strade. Non si spiegherebbero altrimenti certe ricorrenti coincidenze.

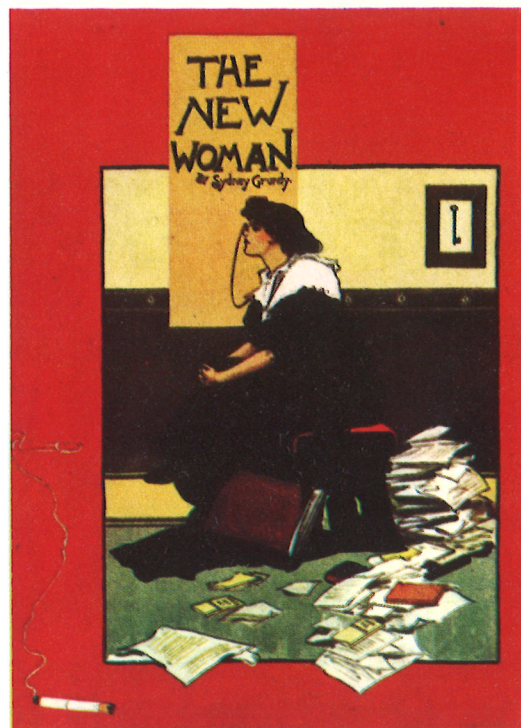
Solo poco tempo fa (alcune stagioni) i creatori di moda, percepiti nel pubblico un'esigenza d'evasione dagli schemi tradizionali e un desiderio prepotente di togliersi le «bucce» cittadine per dar libero sfogo alla fantasia, lanciarono una moda coloratissima piena di «gag», la «moda travestimento». Correva l'anno 1975 e le

piste da sci diventarono la ribalta per un grande carnevale collettivo: ognuno si era scelto il suo ruolo e aveva il suo bel costume. Alcuni avevano optato per lo sci di fondo, inguainati in aderenti tute da Peter Pan (ed erano quasi sempre panciuti di mezza età a cui, si sa, lo sci di fondo viene caldamente raccomandato...); le giovani signore giocavano alla sciatrice sexy con guaine mozzafiato che non lasciavano nessun margine all'immaginazione; «i giovani leoni» dello sci sembravano astronauti in attesa del lancio, costretti in tute anatomiche, chiusi in caschi spaziali, calzanti scarponi avveniristici. Dall'altra parte della «barricata» c'erano i giovani in sdruciti jeans, col pullover di tutti i giorni e un laccio intorno alla testa per tenere a posto i lunghi capelli, «indiani metropolitani» trapiantati sulla neve che rifiutavano in toto l'abbigliamento da sci tradizionale omologato dai pubblici poteri.

A un certo punto la sceneggiata è finita: una parte e l'altra — venditori e compratori — sono arrivati insieme al traguardo dell'austerità. Nel momento in cui viviamo, un momento di recessione economica e di rigorosa pianificazione anche domestica, l'esigenze del compratore cambiano. C'è un netto rifiuto dell'elemento estroso ed effimero: le preferenze vanno sempre al bello, è fuori dubbio, a condizione però che sia duraturo, solido e resistente. L'abbigliamento da sci deve essere all'altezza del suo compito, cioè proteggere contro i rigori dell'alta montagna (mai come quest'anno si vedranno tanti giacconi duvet superimbottiti);



Ripr. da «I manifesti» ed. A. Mondadori



le fogge devono assicurare il più completo confort e la migliore vestibilità. Il pubblico è diventato più maturo, ha smesso di travestirsi e ha incominciato a vestirsi o meglio a servirsi del proprio equipaggiamento sportivo come di un mezzo per sciare in condizioni ottimali. Gli sciatori vogliono sentirsi «bien à l'aise» e chiedono modelli semplici, dal taglio studiato, comodi da indossare, facili da tenere in ordine, ricchi di accorgimenti tecnici indovinati ma senza inutili sovrastrutture.

La moda sci '77-78 sviluppa in pieno le formule appena abbozzate nelle scorse stagioni: modelli tutto confort, linee casual, moduli intercambiabili, stile «nature», capi fatti a mano, gusto del revival. Niente più schemi fissi: si indossa ciò che si ha sottomano, ciò che più piace e più serve in una certa occasione. L'abbigliamento da sci non è più destinato esclusivamente alle piste, è sportivo in senso lato e generalizzato, un abbigliamento intercambiabile, concepito per mille occasioni sportive e non, che deve adattarsi a tutte le ore della giornata e conservarsi attuale per diverse stagioni.

Poi ci sono i grandi ritorni con la erre maiuscola, i revival. Non viviamo forse in un momento ricco di nostalgie per il nostro passato «genuino», traducibile in tripudio di ritmi e tradizioni folkloristici, in un impellente bisogno di ritorno alla natura con i mezzi più disparati (riabilitazione del lavoro manuale, entusiasmo per le ricette della nonna, desiderio di turismo allo stato brado, revival dell'artigianato popolare)? Il campo della moda ne è naturalmente

contagiato. I creatori si ispirano a questi modelli e attingono a piene mani le loro idee da questi elementi, i tessuti diventano lanosi e riccioluti come il pelo delle pecore, le giacche a vento e i completi sono trattati con lavorazione trapuntata e imbottita come le coperte della nonna. I colori sono ecologici, hanno l'humus della terra bagnata, i toni del fieno appena tagliato, le tonalità intense dei frutti maturi. Mai come quest'anno si sono visti tanti rossi e bruni bruciati dall'aria autunnale, tante gradazioni di verde: verdi che respirano l'aria fortificante dei pascoli alpini, verdi intensi da foresta, verdi teneri da germoglio, verdi perlati di brina da alpeggi. C'è tanto bianco, un bianco candido assoluto quasi che la moda sci voglia compenetrarsi nell'elemento neve e identificarsi in esso.

In quest'aria di ritrovata genuinità, i materiali più usati sono i grossi jersey, i morbidi velluti a coste, le lane pelose, i rustici cotoni e popeline (sottoposti a trattamenti idrorepellenti ma di aspetto «naturale»), le stoffe lavorate a rilievo, i tessuti double-face da indossare indifferentemente da una parte o dall'altra in un disinvolto gioco d'abbigliamento.

Tutto è concepito e realizzato all'insegna della praticità. Le giacche e i giubbotti sono larghi, comodi, avvolgenti, hanno maniche ampie per assicurare la massima libertà di movimenti, bordi di maglia o di elastico ai fianchi e ai polsi per evitare infiltrazioni d'aria e una miriade di tasconi e taschini piazzati indifferentemente all'interno e all'esterno, fatti apposta per contenere tutte le mille cose che servono a uno sciatore. I

pantaloni sono del vecchio tipo «fusseaux», aderenti e caldi, o moderatamente larghi, ma allora imbottiti e arricciati in fondo a «coulisse» o chiusi da lacci, per una perfetta tenuta termica. I pullover, abbandonato il prototipo maglione da sci, si ammantano di nomi suggestivi come mohair, vicuña, angora, cachemire (che ci ricordano paesi lontani, praterie, animali), si sviluppano in forme morbide e ampie, in lavorazioni rustiche e grezze, a grossi punti, a coste e a rombi.

Ma la sobrietà, il rigore e la saggezza tramontano con il calar del sole. La moda doposci è tutta un'altra cosa. Chi aveva mai detto che il pubblico è stanco di «travestirsi»? Basta guardare le stradine di un paesino di montagna una sera qualsiasi di mezz'inverno. Alcuni giocano all'uomo selvaggio, stivaloni di pelo tutta coscia, cappottoni in pelliccia fino ai piedi, colbacco calcato fin sulle sopracciglia (aggrottate anche loro). Altri si travestono da pastori maremmani con calzari di pelle stringati, enormi e ruvidi maglioni di lana di capra, puzzolenti gilet di montone rovesciato. È il tributo obbligatorio al vestire rustico. Per le ragazze è la grande sagra paesana: chilometri di sciarpe e di scialli variopinti ad avvolgere e riavvolgere con mille volute, colli e teste, sottanone svolazzanti con mille fiorellini da portarsi una sull'altra in omaggio alla moda «a strati», zoccolette, zocolacci, zocoloni che trasformano tutte in olandesine erranti; e mantelli, poncho, chasuble, giacconi ricamati di origine tirolese, di ispirazione messicana, di derivazione norvegese...

Sciare dalla A alla Zip

di JACQUELINE BONNET

A come antifreddo look. La moda 77-78 sembra essere concepita solo per le alte quote. Tessuti trapuntati, completi imbottiti, materiali pesanti, giacche a vento larghe, lunghe e avvolgenti ideali da indossare sopra i grossi pull a collo gigante.

B uguale berretti. Si comincia col berretto di lana coordinato ai guantoni e piacevolmente variopinto e si arriva al cappellaccio alla cow-boy di Rolly Marchi. Ci sono poi la casquette con visiera alla Niki Lauda, il berretto bianco di agnello rovesciato, il colbacco tutto pelo, l'aderentissimo passamontagna e ora il copricapo con copriorecchie imbottito di leggerissimo piumino come le giacche a vento.

C come casual o come coordinato? Meglio il primo, il coordinato ha ormai vita breve. L'abbigliamento casual, invece, è stato adottato entusiasticamente da tutti. È molto di moda pur essendo poco costoso, permette una grande libertà di scelta, di combinazioni e di abbinamenti e offre l'opportunità di «riciclare» indumenti dimenticati.

D è sinonimo di Duvet o di «doudoune», come dicono i francesi. È un termine onomatopeico: fa subito venire in mente qualcosa di estremamente morbido, caldo, piumoso.

E significa escalation. La moda sci, dal lontano 1947 (data ufficiale della nascita) ha conosciuto, al contrario del prêt-à-porter e dell'alta moda, una continua e costante ascesa con momenti di autentico boom.

F come folklore. C'è il filone tirolese con cappe di loden, golfettini ricamati e ingenui fiorellini e dirndle vezzosi in edizione invernale; c'è il filone «povera orfanella» con zoccoli, calzettoni di lana, gonnellona sbilenca e sciallone sulle spalle; c'è quello «belle ma proterve», stivali alla D'Artagnan, jeans seconda pelle, pullover di due misure più grande, una cascata di capelli «frisés». Poi l'immancabile poncho messicano, il gilet ricamato dell'Afghanistan, il maglione norvegese con i cervi...

G ovvero il signor giubbetto. È il suo momento, qualunque sia la versione. Parliamo proprio di quel capo che tutti mettono dappertutto: il giubbetto in jersey con tasca marsupio, tipo college, grande passione dei ragazzini; il giubbetto di pelle tipo motociclista, di vecchia conoscenza ma sempre d'attualità; quello di lana scozzese, il preferito dagli azzurri per il doposci; il giubbetto di nailon con polsi di maglia o di cotone trapuntato, svelto, agile, praticissimo, classico della categoria sciatori-junior.

H come hockey o linea-hockey. Si tratta di un tipo di abbigliamento che trae ispirazione e spunti dall'equipaggiamento dei giocatori mettendone in evidenza i dettagli più appariscenti come le imbottiture paraurti, i colori vivacissimi, i motivi giganti, le scritte a caratteri enormi, tutti quegli ingredienti necessari a comporre la formula moda che piace e si adatta ai cosiddetti teen-agers: una fascia «mediana» (non più bambini, non ancora adulti) che finora era stata trascurata e adesso ha trovato un proprio genere d'abbigliamento.

I come intercambiabilità. È la gran voga del momento. Ma più che una moda, è uno stile di vestire e di vivere. Non ci sono più confini tra moda da città, moda sportiva, moda tempo libero, moda vacanza, moda sci: vige il concetto di «libero scambio» tra l'una e l'altra che crea una maggiore libertà e più ampie possibilità di abbinamenti.

L vuol dire lucente, luminoso, scintillante. Uno stile che viene dall'Oriente? Forse. Fatto sta che, quest'anno, soprattutto nelle riviste francesi abbiamo visto l'oro e l'argento insinuarsi nelle collezioni da sci. Pulloveroni realizzati in lana mista a fibre scintillanti, anorak in leggerissimo cotone laccato oro, completi da fondo con sweater e zuava in jersey dorato, la famosa giaccona duvet in nailon dorato e argentato e superaderenti tute da discesa in tessuto elasticiz-



Riproduzione da «I manifesti» ed. A. Mondadori

zato e argentato. Quasi una guaina da «sirena» delle nevi: la solita, riuscitissima ricetta «sexy più sport».

M non può essere che maglia. Una volta il termine voleva dire maglioni e muffole da sci, oggi molto di più: coordinati, pull, guanti, berretto e sciarpa; giubbetti doposci; completi da fondo e tutta una vasta gamma di indumenti per il relax.

N come naturale. Si avverte in tutte le collezioni una netta preferenza per materiali d'aspetto rustico: il cotone, il velluto, la lana scozzese, il nailon trattato a gabardine, la maglia a punti giganti come se fosse fatta a mano e i colori ecologici.

O uguale a occhiali. Occhiali da sole, da neve, da ghiacciaio. Occhiali enormi, coloratissimi, spaziali, avveniristici. Occhiali che sembrano maschere, occhiali incorporati nei caschi, oppure occhiali inconsistenti, un leggerissimo schermo di plastica a riparo degli occhi.

P Pelliccia, poncho o poncho di pelliccia? Si sa, la pelliccia si è demitizzata e oltremodo sportivizzata. Ormai il suo ruolo vero è quello sportivo, il suo naturale «habitat» la montagna. La pelliccia ha cam-

biato forma, ha cambiato faccia ed ha assunto formule nuove e più disinvolte. Come il poncho, per esempio, o la mantella, o il giubbetto o l'anorak di pelo, per non parlare delle sciarpe, dei guantoni, dei colbacchi, degli stivali, delle imbottiture e delle guarnizioni. È un vero e proprio «total look» della pelliccia.

Q uguale qualità. Il pubblico è stanco dei capricci della moda, delle mistificazioni della moda, dei caroselli pop e op, e si rifugia nei valori sicuri. Nella durata dei tessuti, nel taglio ben fatto, nella scelta oculata dei dettagli, nella giusta imbottitura, nella confezione accurata: elementi, questi, che fanno di un capo un modello di qualità.

R come revival. Gli esempi non si contano, ma due sono senz'altro i più sensazionali. La famosa, famosissima giacca marsupio modello Zeno Colò, completa di cappuccio e legaccio-stringi fianchi, e i pantaloni fuseaux di buona memoria e antichissima data. Trascurati, rinnegati, buttati in un cassetto, regalati via: chi avrebbe scommesso dieci lire sul loro ritorno? Eccoli lì, alla ribalta della moda, come «best sellers» dell'inverno '78.

S Sì, stratificazione. Calzamataglie dentro stivali, stivali nascosti da strati di sottanoni, sottanoni infi-

lati sopra due maglioni, maglioni indossati sotto i gilet, il tutto avvolto da uno scialle di maglia e da una lunga sciarpa. Potrebbe essere l'immagine tipo della sciatrice d'oggi, versione riposo, con il suo bravo completino a sovrapposizioni.

T uguale tuta. Sono diventate come i jeans, un «classico». Si parte al mattino in tuta e, passando attraverso tutte le varie tappe — tuta da meccanico, tuta da giardiniere, tuta da benzinaio, tuta da aviatore, tuta super imbottita da skilift, tuta elasticizzata da discesa — si approda alla tuta dorata da doposci.

U uguale unisex, uguale intercambiabilità d'abbigliamento tra i sessi.

V Il velluto va forte. Nella moda cittadina e nella moda montagna. È il tessuto vedette per il prossimo inverno.

Z come zip. Zip a tutta lunghezza per le tute, zip sui fianchi per i pantaloni, zip per i giubbotti, zip per i completi da fondo, piccole zip nel polso dei guantoni da sci, zip a sorpresa nei colletti delle giacche (apri e salta fuori un cappuccio), zip nelle maniche che nascondono taschini porta tessera. Come faremmo, senza le zip?

Stilista per moda di dire

Caro Direttore, come Lei sa lavoro in un'industria di abbigliamento sportivo settore « creativi » ma per rispondere alla Sua domanda (come vengono le idee agli stilisti?) non so come fare.

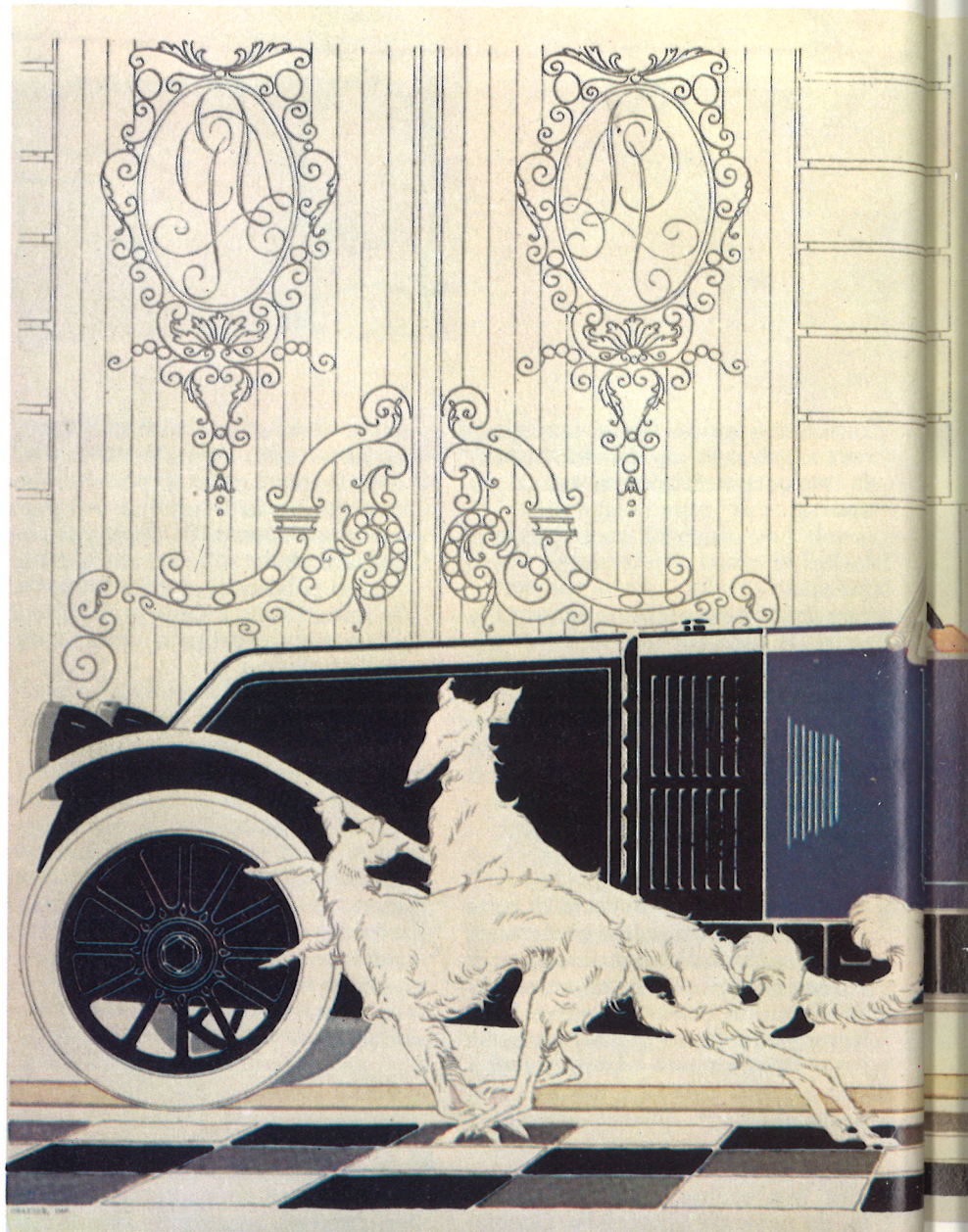
La collezione deve essere pronta fra pochi mesi, così dobbiamo metterci a studiare, lavorare, lavorare giorno e notte. Così, come al solito, non avremo tempo di rifarci il guardaroba di moda, di sperimentare nuove pettinature e nuovi trucchi, continueremo a non essere e a non sembrare nemmeno stilisti e ci butteremo in un mare di tipi, cartelle, prove di colori, prove di stampa, di cuciture, di luci di lavorazione troppo cariche, di altre troppo scariche, di esigenze tecniche, termiche, di richieste italiane, americane, tedesche, di gusti disparatissimi da accontentare, di statistiche, di costi...

Quindi avremo già una buona percentuale degli elementi che contribuiscono alla creazione della collezione inevitabilmente preordinati, che saranno da esaminare a fondo, con prudenza e circospezione. Poi andremo sulla neve, a fare i conti con le prove colore, calore, comfort.

Poi torneremo a studiare linee, accorgimenti, aerodinamicità dei tessuti e degli indumenti e intanto studieremo attentamente cos'hanno in mente gli utenti: i giovanissimi, i giovani e i meno giovani, e ancora faremo viaggi lampo per indagini, per ricerche dei tessuti, per messe a punto e, tenendo d'occhio tutto questo, coordineremo gli elementi.

Niente di meno affascinante e misterioso e personalizzato: niente viene affidato al caso, ogni modello è una costruzione rigorosamente logica e coerente ed è la somma di più compiti, affidati ognuno a un settore distinto dell'azienda. Quindi l'idea collezione è una risultante logica del lavoro sviluppato ieri, della filosofia che l'Azienda intende seguire domani.

Naturalmente, vorrei precisare, sto parlando di Aziende di un certo livello, impegnate ad affermare l'originalità della loro produzione. Purtroppo, nel settore dell'abbigliamento sportivo, non abbondano. La maggior parte trova meno pericoloso e più proficuo ispirarsi a pochi leaders. La misura del successo di una collezione, di un'idea la si ha talvolta anche dalle « riproduzioni » più o meno fedeli che vengono immesse con allucinante velocità sul mercato. Certo, dato un tema, ci sono molti modi per svilupparlo, ma lo stilismo industriale resta qualcosa di ben diverso dalla creatività personale. È lo sforzo congiunto di tante persone, è



il lavoro gomito a gomito di tutti « amalgamato » da una sensibilità e un equilibrio figli dell'esperienza.

Se poi vuole che aggiunga qualche esemplificazione per spiegarle l'origine nient'affatto creativa di alcune realizzazioni di successo, Le dirò quanto segue.

L'idea del sottosci di seta mi è venuta perché, molti anni orsono, i mutandoni in lana che mettevamo sotto i pantaloni (e che chiamavamo « sei giorni ») si incollavano fastidiosamente ad essi rendendone difficoltosa la vestibilità.

Allora collaboravo anche con un maglificio piuttosto noto. Avevo per le mani una pezza di seta écreu, quando mi chiesero di fare qualcosa per una Fiera a Parigi. Ma quel qualcosa doveva essere pronto in mezz'ora perché l'aereo era prenotato. Con del filo — mi ricordo — blu e giallo feci mettere insieme con quel tessuto, allora destinato a capi di maglieria intima, il primo sottosci in seta.

L'idea del pantalone da sci con snodo dorsale mi è venuta invece perché sono molto fredda. Tutte le mie esperienze sciistiche, anche le più

Riproduzione da «Renault 1898-1965».



inebrianti e le più indimenticabili, sono sempre state rovinate da inizi di congelamento (anche quando il termometro è sopra lo zero). Poiché la necessità aguzza l'ingegno, quando il destino burlone — chi l'avrebbe mai detto che avrei fatto questo mestiere? — mi diede modo di vestire gli sciatori, pensai subito alla mia schiena fredda: giacca su, pullover su, pantaloni giù. «No, il pantalone deve stare al suo posto, stretto in vita e con una bella elasticità che assecondi il movimento nelle flessioni». Così misi un lunotto elastico, in-

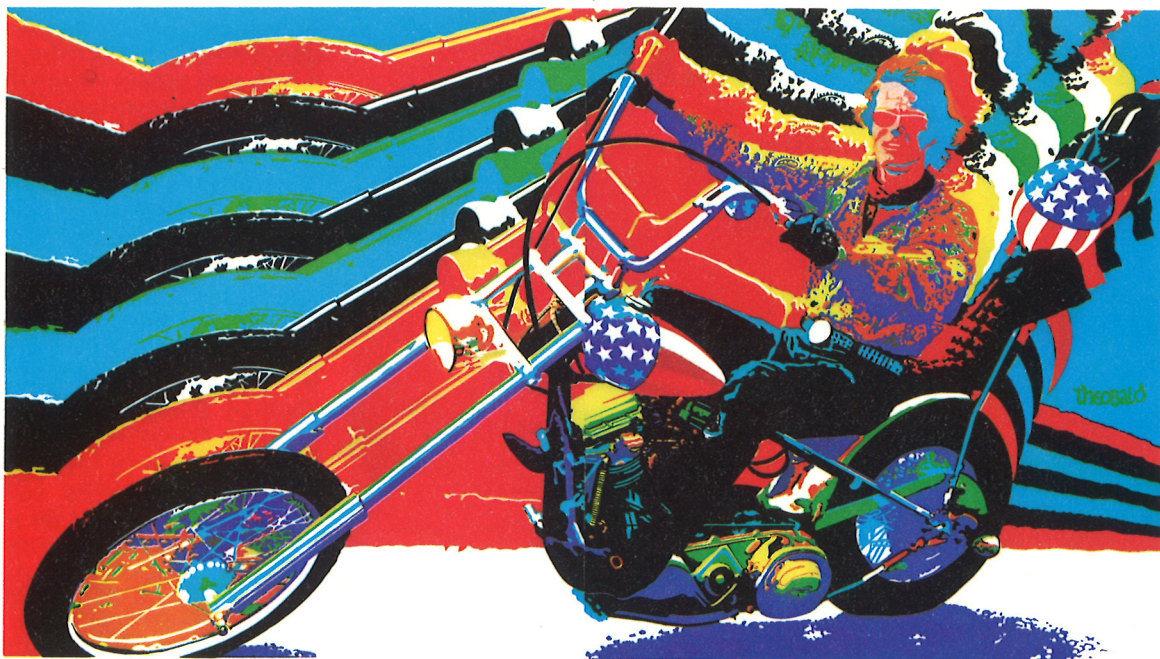
serito sotto la cintura, sul dorso. L'anno successivo ci aggiunsi un bustino sagomato, basso davanti e alto dietro. Fu un'idea assai apprezzata. Oggi immaginare un pantalone da sci diverso sarebbe impossibile. Molte realizzazioni si conseguono quando si dispone di mezzi costosi, importanti e quando si può fare tesoro della collaborazione degli atleti. In base a certi studi sulla aerodinamicità, fin dal 1967 ero giunta alla conclusione che era più aerodinamico un indumento in tessuto traspirante, con superficie la più levigata

possibile e non necessariamente lucida, che potesse aderire al massimo, piuttosto che un tessuto completamente antitraspirante. Nel primo l'aria non può che entrare e uscire senza resistenza alcuna, nel secondo a una velocità alta, anche un solo filo d'aria può creare delle vibrazioni costanti che aumentano il coefficiente di resistenza. Purtroppo non sempre si riescono a convincere subito gli addetti ai lavori; ci sono volute le nuove norme Fis per riuscire ad affermare questa teoria e l'idea del tessuto termico a due strati, se pur sottilissimi, è tornata dopo dieci anni, vittoriosa e subito ripresa non solo dai legittimi depositari del brevetto. Un bel po' di stagioni fa ho fatto un'altra pensata. Era Natale. Una «Family reunion» in piena regola, a Cervinia. La nostra casa è un po' vecchiotta, fuori mano, l'ultima sulla strada del Cervino. Una casa ancora da vecchi, dal riscaldamento difficilissimo e precario. Caldaia dal blocco facile, accesso esterno al locale in cui la stessa si trova. Tutti i letti sono dotati di piumini dalle dimensioni mostruose, nati insieme alla casa. Il tessuto è un magnifico «inlet» écre. Battendo come di consueto i denti e benedicendo l'enorme piumone sotto il quale ero sepolta, mi venne in mente di fare delle giacche a vento in cotone greggio. Non lo trovavo da nessuna parte, perché tutti ovviamente hanno gli écre, cioè i greggi, ma nessun tessitore avrebbe pensato di presentarlo, così pieno di «pidocchi», sul piatto d'argento. Riuscii a farmelo preparare da una casa francese e realizzammo alcuni modelli di blousons — riesumando dopo molti anni questo capo per lo sci — con impunture in contrasto e strisce bicolori, altri con impunture zig-zag.

Credo di non esagerare nel dire che da quel momento l'écre ebbe un'applicazione sempre maggiore, fino a diventare un fatto di moda non solo sportiva. Per non parlare di quella volta che convinsi anche i più scettici a fare una giacca a vento «giubbe rosse» in piena regola. Bottoni metallici, largo doppio petto, lunga con cinturone. Tocco finale di spalloncini sporgenti deciso all'ultimo istante, per la verità non da me, che non osavo tanto. Per intere stagioni andai a sciare con la sensazione di aver disegnato quella giacca a vento per dieci ditte anziché per una.

Allora l'idea mi era venuta da una giubba portatami in regalo dall'America da mio cognato, che è un tipo abbastanza originale. Insomma, caro Direttore, poiché, come a questo punto deve aver bene inteso, io stilista non sono, come faccio a sapere come vengono le idee agli stilisti?

Aspettando Robin Hood



DI MARIA GRAZIA GASPARINI

La moda è sempre stata cucita assieme al viaggio della civiltà, ogni periodo storico ha indossato un certo tipo di abbigliamento, figlio di una precisa cultura. Oggi uno si veste come gli pare, senza sentirsi ancorato a canoni precisi ma eventualmente spinto da esigenze o fattori atmosferici. La moda è chiaramente un fatto economico imponente, legato a un'industria che muove miliardi, ma che, per fortuna, lascia ancora ampio spazio alla fantasia. Gli stilisti restano pur sempre degli artisti e la loro creatività può far nascere ogni giorno idee piene di colori e di fantasie accessibili a vaste fasce di mercato: troviamo in qualsiasi negozio di abbigliamento sia il prêt-à-porter che il capo sportivo.

In passato l'attività sportiva, soprattutto quella di certi settori, era condizionata dal tipo d'abbigliamento. Lo sci, per esempio. Quanti lo praticavano ai primi del '900? Pochissimi, e anche quei pochi erano o dei veri pionieri o degli stravaganti vestiti in maniera del tutto inadeguata all'alta montagna. Poi, a poco a poco, i tessuti si sono ispessiti, le lane ingrossate e gli scarponi rinforzati fino ad arrivare ai nostri giorni in cui, per un curioso ritorno ai tempi passati, si va in montagna in braghe di tela!

È un modo per essere «out», per non seguire schemi che i giovani ritengono legati ad un certo conformismo. Ciò accade in montagna come in città dove non è raro che ragazzi e ragazze indossino quei blouson a ven-

to che generalmente servono per una bella discesa sulla neve.

Certamente non ci faremo il blouson della Casa scozzese Reid and Taylor, la più esclusiva del mondo, che ha lanciato il tessuto di lana più caro del secolo, il «Golden bale», la cui produzione quest'anno è stata di soli 700 metri: un'affermazione tipicamente inglese sui colori usati per questa lana è che solo le acque del fiume Wanchope, che scorre nella valle di Esk in Scozia dove sorge la Reid and Taylor, riescono a dare la giusta tonalità ai colori delle stoffe e della lana che produce la Casa.

Nelle ultime collezioni di moda pronta di questi ultimi mesi abbiamo visto come i grandi nomi della sartoria tendono, per il prossimo anno, ad infagottare con numerosi strati di vestiti la figura. Addirittura le coperte, usate come cappotti, hanno fatto capolino nelle collezioni. Gli scialli, usati un po' dappertutto, in vita, al collo e in testa, hanno fatto la loro ricomparsa come nell'Ottocento o nei costumi regionali.

E fra un po' di anni? Considerando che si esaurirà il filone degli strati di vestiti, potremmo «profetizzare» un'idea diversa, e cioè lo spogliarello dello sciatore. Uno spunto per l'abbigliamento doposci della donna potrebbe essere quello di indossare hot pants in pelliccia vera o sintetica, o una tutina-short, coordinata a un bel paio di stivaloni alla pescatore, cioè fino alla coscia, tipo Robin Hood. Sopra, per coprire le spalle, una

mantella a ruota stile Passator Cortese in pelle metallizzata o tipo carta dei cioccolatini. I colori? Una fantasmagoria di tinte prese dalla natura autunnale, quando i rossi tendono al ruggine e i verdi al marrone.

Potrebbero poi prendere piede i pantaloni alla araba, legati in fondo da un cordino e portati con sandali «pelosi» infradito e con calze di foggia orientale. Per gli uomini lunghi stivali al ginocchio con pantaloni aderentissimi elasticizzati, da infilare negli stivali o in scarponi di nuova foggia. Quanto alle giacche (varieranno ma non tramonteranno mai in quanto insostituibili), potremmo prevedere una casacca a tramatura larga, a metà strada tra una corta redingote e un golfone da tagliaboschi con tanti tasconi.

Se è chiaramente utopistico ipotizzare la moda del futuro, anche perché la tecnica ha raggiunto un livello tale che ben poco si potrà ancora inventare, si può tuttavia pensare a qualche modifica sostanziale, staremo a vedere la fantasia degli stilisti. Per i colori il discorso è un po' lo stesso. C'è già una tendenza ai gialli e ai rossi della vegetazione, caldi nelle loro tonalità; ai blu intensi dei cieli di montagna, resi ancor più tersi dall'aria e dal vento, ai bianchi delle distese dei ghiacciai, ai viola di certi tramonti. Un bellissimo caleidoscopio di tinte e di fantasie, che non tramonteranno mai, dove basta, per scoprirne di nuove, far ruotare il ventaglio.



Head
rappresentato da
Gunther Comploj
via Dursan 20/A
S. Cristina Valgardena
(Bolzano)

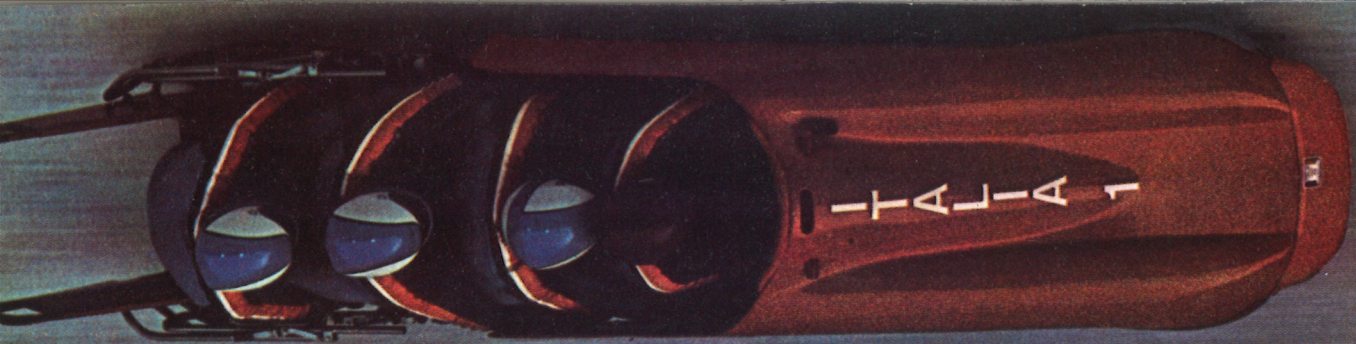
Una delle case di moda più esclusive a livello internazionale, la Head, propone il super classico in due completi per la prossima stagione invernale. Per lui (foto a sinistra) un coordinato con pennellate di colore

contrastanti col fondo: il pantalone tecnico è abbinato al duvet con trapuntatura orizzontale. Per lei una splendida tuta in delicatissimo grigio sfumato con pull in tinta da indossare sotto. Nota caratteristica: un inedito

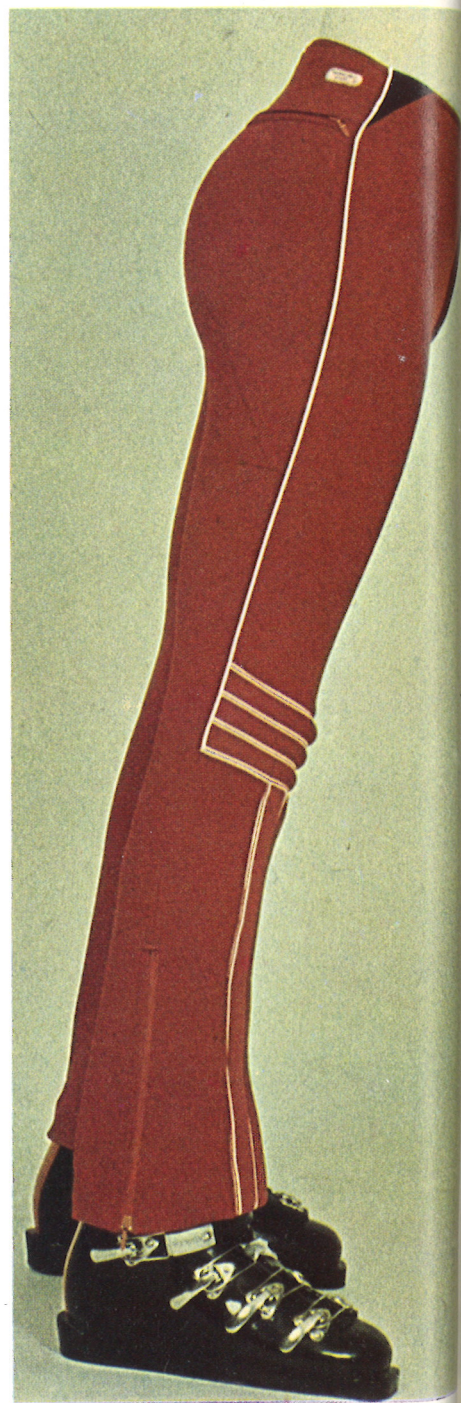
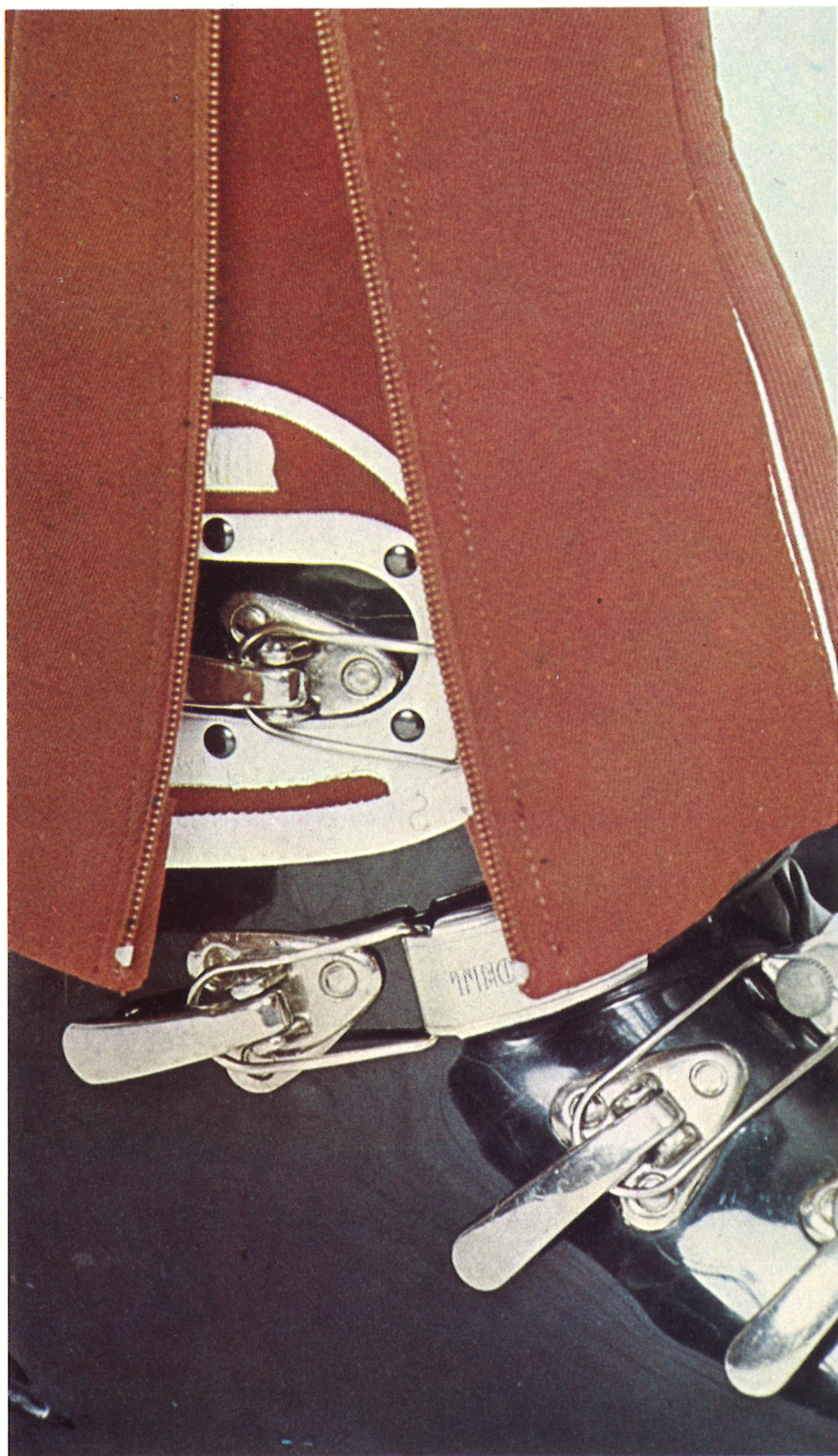
borsello da sci dello stesso tessuto. Si porta appeso a un passante della tuta con molta disinvoltura.

HEAD
SPORTSWEAR





Colmar
via Olimpia 3
Monza (Milano)



Co
col
Mo
sp
per
mo
un
tec
acc
par
di
all
ele
no
cui
ble
Ne
par
lur
« T
tut
ne
sor
gio
nel
par
con
tot
Ne
du
mc
tin
fan
Ne
ver
col
ela
im
rig
col
mo
rov
tra
sta
rig



Come ogni anno la collezione della Colmar di Monza è attesissima dagli sportivi amanti della neve per l'originalità dei modelli abbinata ad un'accurata ricerca tecnica. Nella pagina accanto, a sinistra, un particolare del dispositivo di aggancio del pantalone allo scarpone, pressofuso elettronicamente: da notare l'accorgimento con cui lo stilista ha nascosto il bloccaggio del pantalone. Nella foto a fianco il pantalone in tutta la sua lunghezza: la cinturina «Thermobelt» allaccia tutta la circonferenza, le nervature contrastanti sono sapientemente giocate e si inseriscono nelle imbottiture paraspigolo. L'aggancio con lo scarpone è totalmente nascosto. Nell'immagine a destra due bellissime tute monopezzo reversibili in tinta unita da un lato e fantasia dall'altro. Nella foto si nota la versione in tinta unita con collo e polsi in tricot elasticizzato e reso impermeabile. Larghe righe verticali contrastanti colorano vivacemente il modello. Nella parte «da rovesciare» la tuta si trasforma in un capo stampato a fiorellini o a righe minute.





Continua la carrellata sulla collezione 77/78 della Colmar. A sinistra tre modelli realizzati con lo stesso tessuto: il primo, blu marino, ha i quadrettoni chiari e gli snodi laterali in maglia; quello al centro è un due pezzi con salopette rosso acceso dotata di tasconi a marsupio; l'ultimo è grigio con riquadri blu e ha la vita segnata da una grande fascia in tricot. Nella foto a destra due blouson termici imbottiti di vero piumino d'oca: le bande orizzontali e oblique danno vita a giochi di colore di notevole effetto.





È sempre della Colmar di Monza il marchio delle creazioni presentate in queste pagine. Nella foto sopra un inedito completo in tessuto poliestere con l'abbinamento tinta unita-rigato. La giacca a vento, aderente alla figura, ha nella parte superiore inserimenti giocati su colori che creano piacevoli effetti di contrasto. Il pantalone, sempre in tessuto poliestere, è molto caldo e di linea classica.





Qui accendo tre coloratissimi completi della Casa monzese. La ragazza a sinistra nella foto indossa, sopra ai pantaloni candidi in tessuto elasticizzato, una bella giacca duvet rosso lacca, in nylon lucido, con trapuntatura verticale. Al centro un completo tecnico superimbottito della stessa tonalità. La ragazza a fianco invece indossa un giubbotto sempre in duvet trapuntato. I pantaloni, di linea semiaderente, sono elasticizzati e adatti tanto per lo sci che per il doposci. Nella foto a destra la novità di maggior spicco nella collezione di questa Casa: il reversibile. È un giubbotto che presenta due facce ben distinte: da una parte è in nylon antiglisse e dall'altra in maglia acrilica lavorata a jacquard in due versioni: rigato e occhio di pernice.





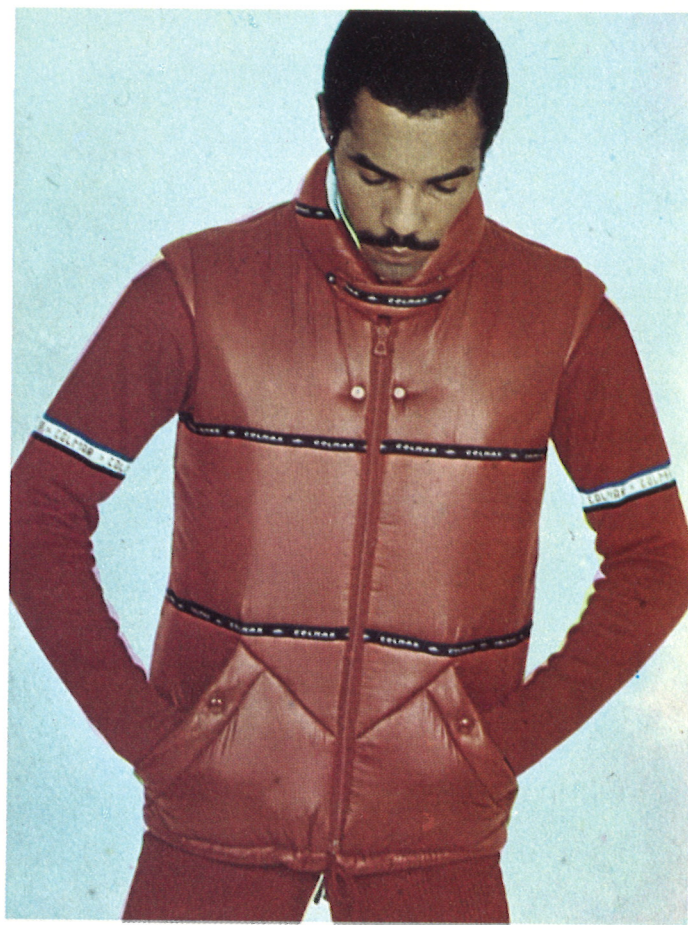
Idee e soluzioni pratiche più buon gusto: è il motivo base delle creazioni della Colmar di Monza. In queste immagini ne vediamo alcuni esempi. A sinistra una giacca a vento per uomo in tessuto antiglisse: le impunture disegnano sul tessuto un piacevole motivo e sotto la chiusura lampo è stato inserito un doppio tessuto, come si può vedere nella foto piccola.





Nell'immagine a destra una giacca a vento baiadera modello «grande freddo». La linea è a sacco con tasche scaldamani chiuse da bottoncini a pressione; il collo, imbottito, si chiude con bottoni a pressione.

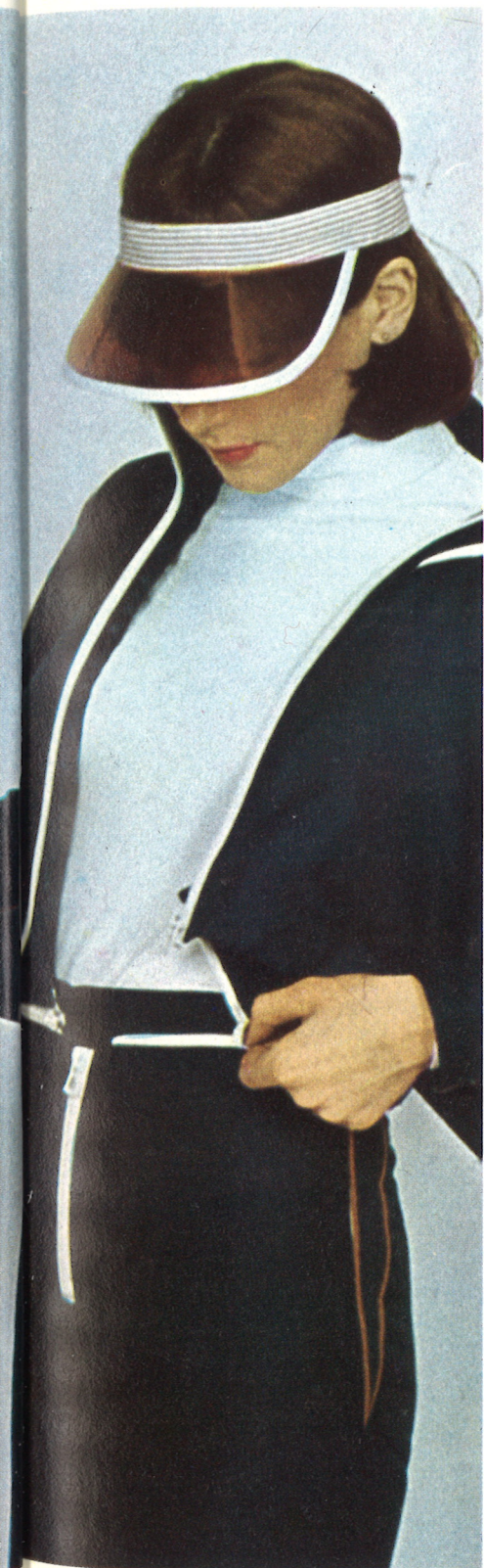




Tra i molti capi originali che la Colmar ha presentato per il prossimo inverno c'è anche il giletto super-imbottito (foto sopra), attraversato sul petto e sulla schiena da nastri neri con scritte argentate. Nell'immagine al centro la ragazza indossa una tuta che si trasforma in due pezzi staccati mediante la cerniera lampo in vita. I profili sono in colore contrastante e lo snodo sui fianchi facilita i movimenti, rendendo il capo estremamente pratico e confortevole.

Nella foto accanto, a destra un altro completo fuori dal comune: la salopette, caldissima, si abbina a una giacca a vento in tinta unita vivacizzata dall'inserito bianco con profili che ornano il davanti. Il colletto e i polsi sono a righe blu su fondo bianco.







Samas
via Valeriana 29
Sondrio



Fornitrice ufficiale del Pool Azzurro, la Samas di Sondrio è da molti anni una delle industrie di maggior importanza nel settore dell'abbigliamento invernale. La sua produzione è vastissima: in questo servizio presentiamo alcuni capi destinati a riscuotere sicuro successo nella prossima stagione. A destra un bellissimo gilet d'argento in poliester e volumizzato ad alta coibenza termica. In vita una fascia di tricot. Sotto il gilet una tuta rossa in velluto a coste elasticizzato con «toppe» paraneve in popeline antiglisse reso impermeabile.





Sotto, una classica tuta di cotone reso impermeabile ed elasticizzato. Sui fianchi sono stati usati degli stretch in bielastico di colore contrastante. A destra, un duvet in nylon plume realizzato in tre colori: il davanti è stato tagliato verticalmente in modo da slanciare la figura, sul fondo una cintura in coulisse consente di stringerlo sui fianchi.







La Samas di Sondrio presenta in queste pagine i modelli «Mafalda» (a sinistra nella pagina accanto), «Pinotta e Silvana» (al centro), e «Pamela» (foto sotto). Il primo è una tuta intera con

cintura a coulisse e ampie tascone applicate a mo' di soffiato con l'interno colorato in contrasto. Anche sul braccio c'è un comodo taschino, l'imbottitura interna è in poliestere ad alta coibenza termica. Al centro, «Pinotta» è la giacca e «Silvana» la salopette. Formano un completo in tessuto antiglisse impermeabile: il giubbotto è di linea blusante, i taschini hanno le alette e l'apertura obliqua con applicazione dei tre colori che sono il motivo-base della Samas. Nella foto sotto, «Pamela»: una giacca di linea morbida fermata in vita e sul fondo da una cinturina coulisse. È fornita di un comodo cappuccio con chiusura antivento.





Il t
col
nel
del
Ne
alto
inc
im
mo
(m
col
imb
a p
in a
terr
sini
«Ni
nyl
inte



Il bianco e il rosso sono i colori usati di preferenza nella cromatica collezione della Samas di Sondrio. Nella pagina accanto, in alto, il giubbetto bicolore in cotone antiglisce con impunture che formano motivo a contrasto (modello «Orietta»): il collo ha un listino imbottito con allacciatura a pressione. La salopette è in antiglisce imbottita termicamente. All'estrema sinistra il modello «Niki/Biss» con gilet in nylon plume fornito di interno in poliester

voluminizzato. La tuta è in velluto elasticizzato con paraneve sul fondo del pantalone. A fianco, il modello «Tiziana»: il blouson di linea ampia in popeline antiglisce presenta un motivo contrastante sul carré e sulla fascia in vita. Sotto il blouson un bel pantalone in tessuto a coste elasticizzato color écru.

In questa pagina l'originalissimo giubbotto in tela di cotone impermeabilizzato con un disegno esclusivo stampato sul tessuto. È dotato di cappuccio staccabile, il bordo e i polsi hanno una fascia in tricot nello stesso colore della salopette.





Trissi Sport
via Papa Giovanni
Almenno San
Bartolomeo (Bergamo)



Classe e stile sono il vanto della Trissi Sport di Almenno San Bartolomeo, un'industria che da parecchi anni si è imposta nelle prime file dell'abbigliamento sportivo. Nella pagina accanto due creazioni particolarmente confortevoli. Lui indossa un duvet caldo ma non troppo imbottito, adatto alle taglie robuste perché non appesantisce la figura: sulla schiena due «binari» bicolori spezzano la tinta unita. Lei ha una giacca a vento stampata secondo un motivo che richiama i lembi dei foulards, una fantasia naturalmente inedita. Nella foto al centro un pantalone tecnico con duvet superimbottito a tre colori. E poi un completo in due toni delicatissimi di verde: i pantaloni sono in velluto millerighe elasticizzato, il blouson è in gabardine impermeabile con guarnizioni di velluto sulle spalle che richiamano i pantaloni.





Cinque modelli della Trissi per la stagione 77/78. Nella pagina a fianco, a sinistra, un classico composto da pantaloni elasticizzati adatti per sci e doposci più una giacca a vento di linea scivolata con piccole bordature di diverso colore. Il tre quarti è in cotone impermeabilizzato con comodi tasconi. Nell'immagine al centro due creazioni attualissime: un giaccone in tessuto di panno, morbido e caldissimo, con coulisse sul fondo; pantaloni in velluto elasticizzato a costine con un maglione «cascante» dall'ampio collo ad anello. Sopra, un tre quarti fantasia che richiama le fogge orientali con tasconi enormi, in tinta unita, applicati. Qui a fianco un modello classico: pantaloni da sci e doposci con un blouson duvet bianco trapuntato, fornito di stretch del colore dei pantaloni in vita e ai polsi.



Lafont/Sacse
Ellera Umbra (Perugia)

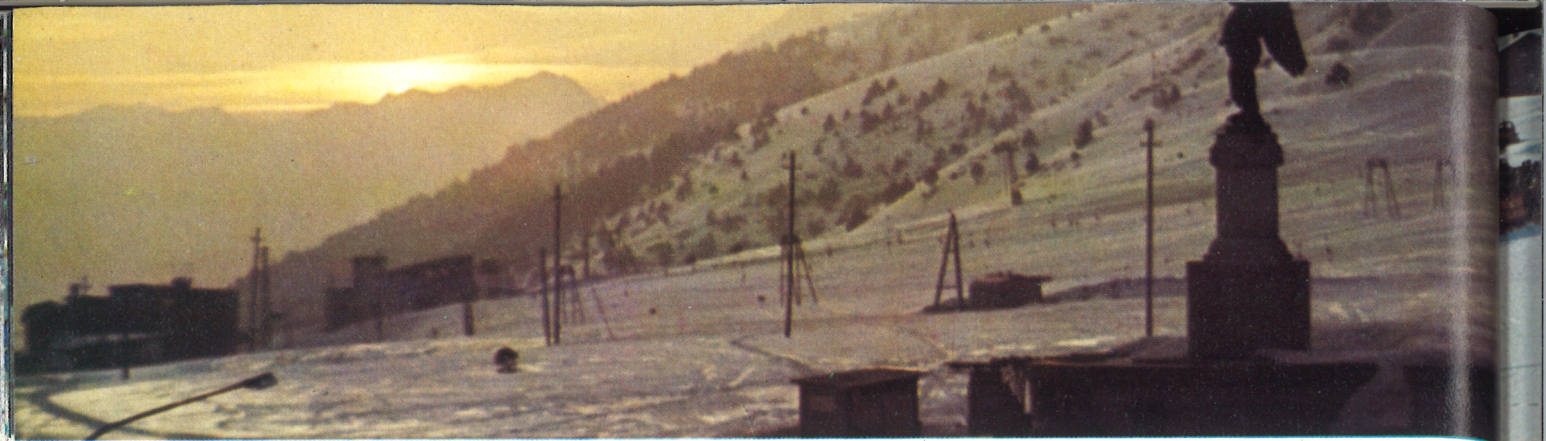
lafont

Una giusta proporzione tra sport ed eleganza l'ha trovata la Lafont di Perugia. La Casa, che da molti anni fa parte del Pool azzurro e di altre squadre nazionali, sforna di stagione in stagione proposte davvero allettanti. Ve ne presentiamo qualcuna. Nella pagina accanto (foto grande) tre monopezzi: una tuta cangiante con sottili nervature bianche (a sinistra), la salopette anti-pioggia giallo sole con

i colori «alla Van Gogh» (al centro) e una tuta senza maniche abbinata al blouson duvet verde smeraldo. Nel riquadro sotto, il bellissimo duvet da uomo che la squadra canadese ha adottato come divisa affiancato alla versione femminile: entrambi sono stati studiati per le temperature glaciali. Nella foto in basso a sinistra (in questa pagina) una tuta termica rosso vivo realizzata in

nylon elasticizzato e imbottito (da notare, oltre ai profili e alle nervature bianche, il cappuccio incorporato). A destra una candida idea Lafont. Profili e bordi sono in tricot a due tonalità di rosso, ma tutto l'insieme è bianco: un colore di punta in questa collezione.



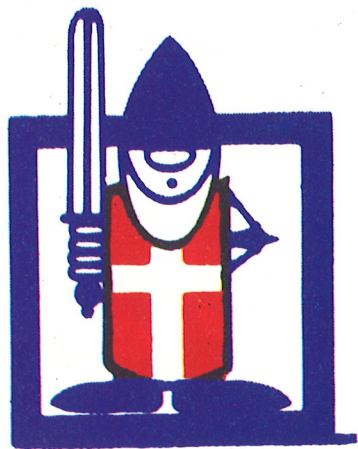


S
G
v

L
e
la
p
B
e
(s
F
n
p
c
p
p
e
a
r
n
la
c
i
n
p
d



**Spadafora G. & Figli
Gispa
via Druso 313 - Bolzano**



La fibra naturale per eccellenza, la lana pura, è la struttura portante della produzione della Gispa di Bolzano. La Casa, grande esportatrice all'estero (soprattutto in Germania, Francia, nelle Americhe e nel lontano Oriente), ha presentato una vastissima collezione di capi prettamente sportivi senza però trascurare i cardigan e i completi da città molto eleganti. Nella pagina accanto, il gruppetto in relax sulla neve indossa maglioni e blouson in pura lana, vivacemente colorati con disegni e righe che tra i giovani vanno per la maggiore. In questa pagina, nella foto in alto le due ragazze che si

appoggiano a un aereo da turismo si riparano dal freddo con pull della linea sportswear della Gispa: maglioni e cardigan sono abbinati ai pantaloni dal caratteristico taglio da amazzone. Nella foto a destra un originale pullover lungo fin sopra i fianchi in cui il disegno a grosse righe è temperato dalle tinte delicate.







Vin brulé, risate, profumo di pino. Cosa c'è di meglio di una bella serata in allegria, coperti da caldi maglioni che fanno colore? Tutti i ragazzi della brigata indossano i nuovi pull della Gispa di Bolzano, la Casa che ha messo nel suo marchio un grintosissimo guerriero crociato con la spada che lo supera in altezza. I pullover, tutti realizzati in pura lana vergine impermeabilizzata, sono sfruttabili sia durante lo sci che nelle ore di riposo. I colori sono scelti con cura e le fantasie abbinabili a qualsiasi capo sportivo.



Nell'immagine grande a sinistra e nel riquadro centrale alcuni modelli di maglioni della Gispa, realizzati in pura lana vergine resa impermeabile e irrestrictibile con procedimenti d'avanguardia. Nella foto a destra due classici prêt-à-porter, sempre corredati dal marchio della Casa di Bolzano: la ragazza sulla sinistra indossa un insieme formato da gonna più blouson con carré e maniche diseguate a fantasie esclusive; l'altra un originale soprabito in jersey di lana con cappuccio incorporato. Sotto si intravedono i pantaloni da infilare negli stivali, per formare un coordinato col soprabito. Avete notato le due belle ragazze more che sorridono in tutti i servizi fotografici della ditta di Bolzano? Sono le... Gispine, contitolari della Casa.