



Milano Fashion Week: occhiali necessari e importanti

Il gusto per la sartorialità si conferma punto forte della moda maschile per la prossima primavera estate. Com'era stato a Firenze al Pitti, così nelle ultime sfilate milanesi. Perfino gli stilisti che guardano allo street style o prendono dal mondo dello sport, seguono la tendenza. In questo contesto si inserisce anche l'eyewear. Voglia di rinnovamento, senza eccessi per stupire. Chi aveva dei dubbi sull'importanza degli occhiali come accessorio, in quest'ultimo "fashion long weekend" li ha certamente dissipati. A cominciare dalla passerella di Giorgio Armani, nel settecentesco cortile di Palazzo Orsini, in via Borgonuovo, accanto alla sede storica. Grandi, tartarugati per accostarsi ai nuovi gilé, con doppio ponte o montatura chiara per le nuove versioni dell'abito tre pezzi. Metallici soprattutto e con lenti colorate per gli stampati o le tinte forti dell'Emporio

(nella foto, a sinistra). Moltissimi nel megashow di Ermenegildo Zegna nei capannoni dismessi delle Acciaierie Falck. Tondi, quadrati, a lenti scure o colorate, metallici, in acetato e anche da vista (nella foto, a destra). Piccoli a maschera, da viaggio nello spazio, gli occhiali di Palm Angels, che prende spunto dai negozi dell'usato americano. Neri un po' punk o bianchi per l'adolescente cresciuto di Versace. Da Edith Marcel, marchio italiano in ascesa, quasi tutti i modelli, uomini e donne, portavano occhiali, sul naso o appesi al collo. Di vari materiali e dimensioni, anche da vista, tutti firmati Delirious.

Altra tendenza di questa moda maschile l'attenzione per l'ambiente. Non a caso lo White Street Market, al Superstudio, era tutto impostato sul tema con un'installazione di Vivienne Westwood e una immersiva con video dello studio Draw Light. Due soli i marchi eyewear, Spektre e Movitra, entrambi con una linea sostenibile in progetto.