

Quaderno di tendenza SuperDuper Hats: tutti i segreti dietro un cappello

Author : Alessandra Vescio

Date : 17 agosto 2014



"Si dice che per fare punk non c'è bisogno di saper suonare, ma è chiaro che le cose non stanno proprio così". È con questa metafora musicale che **Matteo Gioli**, uno dei tre giovanissimi designer del marchio di cappelli

SuperDuper Hats prova a spiegarmi presupposti e difficoltà di chi sceglie di avviare un'attività nel mondo della moda.

"Bisogna avere consapevolezza e credere in un ideale", quella sostanza a cui si deve sempre fare riferimento giorno dopo giorno. E Matteo, Ilaria e Veronica un ideale a cui credere e su cui puntare ce l'hanno ed è quella "qualità eccelsa che non si trova più". I cappelli *SuperDuper Hats*, infatti, sono il punto d'incontro tra la tradizione, il fatto a mano e l'accuratezza dell'artigianato da un lato e la contemporaneità, lo stile e il gusto di oggi dall'altro. Perché non è vero, mi dice Matteo, che ciò che è ben fatto deve per forza essere relegato all'ambito della tradizione più antica, anche se il prodotto finale è il cappello, quell'accessorio tanto classico quanto affascinante.

Matteo, Ilaria e Veronica sono diventati stilisti un po' per caso: hanno approfittato di un momento di stallo nelle loro vite e hanno pensato di iniziare a realizzare cappelli per passione personale. Nei ritagli di tempo svolgevano lavori di ricerca e studio presso laboratori artigianali: ore faticose che hanno comportato molti sacrifici ma che col tempo hanno saputo offrire enormi soddisfazioni. Infatti, il marchio *SuperDuper Hats* nasce tra la fine del 2010 e l'inizio del 2011 davvero per gioco, per indossare l'amato copricapo realizzato da sé e per sé. Poi però è arrivato Pitti Immagine, l'evento di moda fiorentino che ha sconvolto le loro vite al punto da "costringerli" a creare una vera e propria azienda.



Scontrarsi col mondo del marketing non è stato facilissimo, ma i tre designer hanno imparato pian piano a trasformare una passione in un vero e proprio lavoro. Del 2013 è poi la vittoria del concorso *Who is on next?* promosso da Vogue Italia e AltaRoma che premia i giovani talenti: non solo hanno vinto per la sezione uomo, ma hanno anche ottenuto una menzione speciale per la sezione donna dalla Direttrice di Vogue Italia Franca Sozzani. "Dopo tre anni di sacrifici", mi confida Matteo, "la vittoria a *Who is on next?* ha rappresentato una boccata d'aria fresca".



Col tempo dunque è cresciuta la fama, è aumentata la visibilità, ma il marchio di cappelli mantiene saldi i valori iniziali: ogni copricapo diventa *SuperDuper* solo se anche i tre designer lo indosserebbero. I materiali sono di altissima qualità e si suddividono in feltri per l'inverno e paglie per l'estate. E proprio qui, nel momento in cui Matteo mi racconta dei materiali prediletti, sorge una nota amara. Non esistono più, ad esempio, le produzioni di paglia di grande valore come un tempo poteva essere quella fiorentina; non ci sono più tante lavorazioni artigianali, scomparse per le difficoltà economiche e per la scarsa lungimiranza di molti artigiani nel comprendere l'importanza di tramandare la propria arte.

Questo, ad esempio, è successo a Pisa, di cui è originario Matteo, come in tante altre città italiane, provocando un arresto della produzione e soprattutto della qualità. L'obiettivo di *SuperDuper Hats*, quindi, è quello di reinterpretare il tutto: il concetto di artigianato, l'uso e l'ideale tipico del cappello. Così, il momento creativo diventa pura sperimentazione, provando a offrire al copricapo nuova vita, fatta di ricerca costante presso gli archivi di un tempo, ma anche di risvolti utili e pratici. Il cappello *SuperDuper*, dunque, è un accessorio del tutto contemporaneo, ma in grado di ricordare la bellezza e la qualità del passato.

www.superduperhats.com

