



Addio ad Adriano Goldschmied, il “padrino del denim” che rivoluzionò i jeans aveva 82 anni

Descrizione

(Adnkronos) Addio ad Adriano Goldschmied, figura chiave della moda contemporanea e riconosciuto come il “padrino del denim”: grazie a lui, ogni paio di jeans che oggi indossiamo non solo un capo d’abbigliamento, ma un’espressione di identità, cultura e innovazione. Goldschmied è morto all’ospedale di Castelfranco Veneto (Treviso) dopo una lunga malattia: aveva 82 anni. Lascia la moglie Michela e le figlie Glenda e Marta, quest’ultima già attiva nel settore con una propria linea. Negli ultimi mesi era tornato a vivere ad Asolo (Treviso), dopo una lunga stagione tra gli Stati Uniti e l’Italia, senza mai smettere di lavorare a nuovi progetti. Fino all’ultimo, infatti, la sua ossessione rimasta una: creare un jeans a impatto zero, una sfida che lui stesso definiva “quella del nuovo secolo”.

Nato il 29 novembre 1943 a Ivrea da una famiglia triestina di origine ebraica, deve il nome ad Adriano Olivetti di cui suo padre Livio, membro del Partito d’Azione e legato a Giustizia e Libertà, era molto legato. Goldschmied scoprì il fascino del denim osservando i soldati americani nel dopoguerra. “Per noi era il vestito degli eroi”, raccontava. Quella suggestione giovanile si trasformò in una visione imprenditoriale che avrebbe cambiato per sempre l’industria della moda.

Dopo un primo tentativo nel mondo dello sci, aprì nei primi anni Settanta un negozio a Cortina d’Ampezzo, il King’s Shop, che divenne rapidamente un punto di riferimento internazionale per l’abbigliamento di tendenza. Fu lì che intuì un principio destinato a guidare tutta la sua carriera: esiste sempre una fascia di mercato pronta a pagare per l’unicità. Da quell’intuizione nacque il concetto di “denim premium”. Avviò così le prime produzioni di jeans in Italia, contribuendo a creare un distretto veneto destinato a diventare uno dei più importanti al mondo. Negli anni Settanta diede vita al Genius Group, una vera e propria fucina creativa da cui sarebbero emersi alcuni dei più grandi nomi del settore. Tra questi, Renzo Rosso, fondatore di Diesel, che ha sempre riconosciuto in Goldschmied il suo mentore, e Claudio Buziol, creatore del marchio Replay. Ma l’elenco delle sue creazioni è lunghissimo: da Gap 1969 ad Agolde, da Goldsign ad AG Adriano Goldschmied, fino a Citizens of Humanity e House of Gold.

Non solo marchi: Goldschmied Ã¨ stato anche un innovatore tecnico. A lui si devono la diffusione della tecnica stonewash, lâ€™uso di fibre innovative come il Tencel e lo sviluppo del denim stretch, che ha rivoluzionato il comfort e la vestibilitÃ dei jeans.

â€œIl futuro non puÃ² che essere uno: il lussoâ€, dichiarava nel 2016 durante un incontro ad Amsterdam, cittÃ da lui considerata capitale mondiale del denim. In quellâ€™occasione spiegava come il jeans fosse entrato definitivamente nel mondo dellâ€™alta moda, citando maison come Gucci e Stella McCartney tra i protagonisti di questa evoluzione. Per Goldschmied, il denim non era piÃ¹ una divisa ma un â€œkey-playerâ€ delle passerelle, un prodotto in cui innovazione, ricerca e tecnologia ridefinivano continuamente i confini. La diffusione dei tessuti stretch, diceva, aveva â€œsradicato il vecchio concetto di jeansâ€, aprendo la strada a nuove interpretazioni, sempre piÃ¹ sofisticate.

Negli ultimi anni, la sua attenzione si era concentrata soprattutto sullâ€™impatto ambientale dellâ€™industria del denim. Era solito ricordare come per produrre un solo paio di jeans servissero fino a 7.000 litri dâ€™acqua, un dato che considerava insostenibile nel lungo periodo. â€œSta per arrivare una rivoluzione simile a quella del foodâ€, spiegava, sottolineando lâ€™importanza della tracciabilitÃ , dei materiali e dei processi produttivi. Collaborava con aziende e centri di ricerca per sviluppare tessuti innovativi e meno impattanti, convinto che il futuro della moda dovesse necessariamente passare dalla sostenibilitÃ .

Oltre allâ€™imprenditore e al designer, il settore perde anche un maestro. Goldschmied ha formato e ispirato intere generazioni di creativi, mantenendo sempre uno sguardo curioso e aperto verso i giovani. â€œSono amazingâ€, diceva. â€œHanno possibilitÃ che noi non avevamo. Il futuro Ã¨ nelle loro maniâ€. Tra le sue collaborazioni piÃ¹ significative, anche quella con la Jean School di Amsterdam, lâ€™unica scuola al mondo dedicata al design del denim, dove contribuiva a formare i talenti del futuro.

Amico di personalitÃ come Franca Sozzani e Sharon Stone, Goldschmied era noto non solo per il suo genio creativo, ma anche per il suo approccio anticonvenzionale al denaro e al successo. â€œLo considero uno strumento per creare qualcosa di nuovoâ€, diceva con ironia.

Nel suo armadio, raccontava, non teneva piÃ¹ di una decina di jeans, preferendo quelli vintage, riparati a mano piÃ¹ volte. Un dettaglio che racconta molto del suo rapporto con il prodotto che ha reso celebre: non un oggetto da consumare, ma da vivere, trasformare e custodire nel tempo. Da molti anni Goldschmied era membro del Cfda, il Council of fashion designer of America. (di Paolo Martini)

â€œ

moda

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Aprile 6, 2026

Autore

redazione

default watermark