

L'AQUILA: RIAPRE CENTRAL PARK, INAUGURAZIONE-EVENTO TRA MODA, ARTE E VINO

6 Aprile 2017



L'AQUILA - "Non bisogna perdere la voglia di curarsi, vestirsi, prendersi cura di sé e del proprio aspetto, anche semplicemente per andare a fare la spesa".

Ascoltando parlare Lilia Colageo, titolare dello store di abbigliamento uomo-donna Central Park, all'Aquila, storica insegna presente in città dal 1991 e che dal dopo terremoto del 2009 è tornato a nuova vita e presto, avrà anche una nuova location, è questo il messaggio che arriva immediato.

Il benessere di un uomo o di una donna passa anche per l'attenzione ai dettagli, per il piacere, edonistico ma necessario nelle giuste dosi, che nasce da un pizzico di vanità.

"Vestirsi con cura è un modo per volersi bene, un po' di più", è il pensiero di Lilia, che dopo tanti anni passati a lavorare in centro storico, sempre nel settore dell'abbigliamento e delle calzature, ha deciso di mettersi in proprio nel post-sisma, fuori regione, sentendo però forte il richiamo della sua città.

La nascita della sua bimba Viola e un anno "sabbatico, di riflessione per decidere cosa fare" l'hanno convinta che era il momento di tornare a casa e l'occasione si è presentata con il rilevare un'insegna storica, quasi ventennale.

Sabato 8 aprile, l'inaugurazione della nuova sede in locali non più dedicati solo all'abbigliamento maschile ma con un occhio di riguardo anche alla donna, nella galleria commerciale Meridiana, nei pressi della stazione ferroviaria, con un'inaugurazione-evento tra moda, arte e vino.

"Un mio pallino da sempre - racconta ancora Lilia Colageo - quello di coniugare il ben vestire con l'arte. In occasione della riapertura ho scelto di abbinare i vini di un'azienda locale, Castelsimoni, e le realizzazioni artistiche artigianali sempre restando sul territorio: dai gemelli a forma di ferratella, dolce tipico aquilano, agli accessori in ceramica, ai merletti realizzati con la tecnica del tombolo".

La scelta di puntare su prodotti a chilometro zero per l'evento della riapertura rispecchia quella che è la politica aziendale anche sull'assortimenti dei capi: preferenza quasi assoluta per il made in Italy che, come nel caso della maglieria, diventa Made in Abruzzo.

Marchi come Ferrante, ad esempio, brand tutto abruzzese, fondato nel secondo dopoguerra da Amedeo Ferrante che intuì le potenzialità dei filati di lana trasformando un piccolo maglificio in un'azienda di riferimento per il settore moda.

"Solo in alcuni casi ho ceduto, per esigenze di mercato, alle richieste di prodotti esteri, sempre di alta manifattura", spiega ancora la titolare.

Quanto al tornare, un giorno, in centro storico, Lilia crede che "i tempi non siano ancora maturi, per attività diverse dalla ristorazione o dai locali della Movida notturna - si rammarica - Ogni volta che torno in centro, mi assale l'adrenalina, la voglia di rientrare, di inventarmi qualcosa per superare la mancanza delle persone che dovrebbero vivere la città di giorno,

in senso sociale e commerciale. Non solo gli operai. Non solo i giovani che non hanno avuto la fortuna di noi quarantenni, quella di vivere cioè una città diversa, piena. Loro del centro conoscono solo il divertimento notturno”.

Tante idee per provare fino all’ultimo un modo di rientrare tra i palazzi del centro, “abbigliamento maschile con annesso barbiere oppure femminile con sala da the – racconta Lilia – ma per come è strutturata oggi la città, con i quartieri sempre più periferici, quanti la attraverserebbero magari per venire a comprarsi ad esempio un cappotto importante in centro storico?”.

“I conti non si fanno solo sul mattone ma si devono fare su tutto – è il suo cruccio – lo mi auguro che la città diventi più bella di prima, e che gli incentivi che stanno proponendo oggi per rientrare in centro, ci siano anche un domani quando le cose saranno più ‘normali’”.