

Milano Fashion Week

uno show da 84 miliardi

Eventi | *Per la Settimana della moda in città sfilano i big di un settore che è la seconda industria nazionale. Gucci scommette sul genderless, Anna Molinari celebra i 40 anni. Ma gli occhi sono puntati sui nuovi talenti*

ANTONELLA BERSANI

■ I numeri e i conti sono positivi, partnership e sponsor internazionali non scappano. Il calendario delle sfilate e delle presentazioni conferma l'autorevolezza di Milano nel mondo della moda internazionale. Eppure la *Fashion Week* che mercoledì 22 febbraio ha dato il via ai sei giorni di sfilate dell'alta moda donna autunno-inverno 2017/2018 è considerata un momento di transizione verso una maturazione ambiziosa, che va oltre il glamour per affermare il valore di un comparto che non ha eguali per completezza, storia e qualità.

A partire dal prossimo settembre, infatti, chi arriverà a Milano per la *Fashion Week* troverà rap-

Il filo conduttore stavolta è il rapporto tra finzione e realtà: lo stilista Xu Zhi esplora tali temi con le sue creazioni, che sfilano oggi al Teatro Armani

presentati tutti i settori che hanno a che fare con l'eleganza, dalle calzature alla pelletteria, passando per la pellicceria e tutti coloro che tradizionalmente svolgono le proprie manifestazioni fieristiche in altri periodi. Non solo. Per la prima volta saranno assegnati a Milano gli "Oscar della moda sostenibili",

facendo della città «il nuovo centro mondiale di un settore in crescita, attorno al quale abbiamo creato da tempo un tavolo di lavoro con i maggiori brand italiani», come spiega a *pagina99* Carlo Capasa, presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana. Che continua: «Situarci come punto di riferimento internazionale nel settore della sostenibilità non solo è una conferma, ma si concretizzerà in un vantaggio competitivo soprattutto con riferimento ai *millennials*, sensibilissimi alle tematiche *green* e ambientali».

Il *Green Carpet Fashion Award* è stato presentato nella giornata inaugurale della Settimana della Moda alla presenza del presidente Ice Michele Scannavini e di Livia Firth, moglie del noto attore Colin Firth e fondatrice di Eco-Age, società di consulenza che aggrega leader e *influencer* internazionali attivi nel settore della responsabilità ambientale. E con questa partnership la moda fa un salto di qualità e maturità. Non più solo sfilate, ma un mondo che si mostra in tutta la sua forza, che unisce la creatività all'esigenza sociale e soprattutto valorizza una filiera capace di tenere testa a qualsiasi concorrente.

Solo la filiera del made in Italy è in grado di riunire talento, creatività, innovazione d'impresa, *know how* artigiano e qualità per un totale di 47 mila imprese e 400 mila posti di lavoro. Senza dimenticare il vivaio di giovani talenti su cui la Camera della Moda Italiana punta da anni e che non manca di valorizzare anche in questa edizione. Per

la prima volta, infatti, è stato aperto al pubblico (sino a lunedì) il *Fashion Hub Market* all'Unicredit Pavilion, offrendo una ribalta più ampia a 15 giovani brand emergenti italiani e stranieri (provenienti dalla Georgia, da Londra e dai Paesi arabi). C'è anche grande attesa per la sfilata dello stilista cinese Xu Zhi, supportato da Camera nazionale della Moda e Giorgio Armani con il suo programma di scoperta e sostegno ai nuovi talenti. Il suo debutto è in programma per le 10:30 di oggi (sabato 25) al Teatro Armani, mentre hanno già sfilato con il supporto di Cnmi e del salone White anche Annakiki, Lucio Vanotti, Situationist e soprattutto Angel Chen, supportato dal progetto internazionale Designer Exchange Program di Mercedes-Benz (partner della manifestazione). Domenica 26 in piazza Duomo, allo Scalone dell'Arengario, è il momento di Calcaterra e lunedì va in scena in via Olona 6 il brand Ricostru.

Il concetto del vivaio è semplice: se si lasciasse alla concorrenza estera il compito di scoprire e lanciare giovani creativi, questo significherebbe permettere ai competitori di farsi largo nel mercato futuro. Affermare invece le nuove generazioni all'interno di un "saper fare" antico vuol dire invece perpetuarlo e valorizzarlo, facendone definitivamente il punto di riferimento internazionale per l'industria della moda, la seconda industria nazionale in Italia.

«Nel 2016 il settore si è spinto anche oltre le aspettative, fatturando 84,05 miliardi contro gli 83,6

inizialmente previsti», continua Capasa. L'anno chiude con un trend in crescita del 2,3 per cento, e «con un calendario di 70 sfilate per un totale di 68 collezioni, 88 rappresentazioni e 37 eventi possiamo essere sicuri di aver dimostrato quanto conti ancora Milano nel mondo della moda».

Se è tempo di ripresa, questa va dunque afferrata al volo e con forza, vista anche la continuità del piano straordinario per il made in Italy, che ha incrementato del 45 per cento gli investimenti sul *fashion* italiano per un totale di 34 milioni sui circa 300 complessivi. Qui c'è il sostegno alle fiere e alle missioni internazionali, l'ecosostenibilità, lo sviluppo di scuole e laboratori di alto artigianato e una particolare attenzione all'export, di cui la moda italiana vive e che oggi si interroga sulle ripercussioni della politica protezionista di Donald Trump. L'Ice ha reagito quadruplicando gli investimenti in direzione Cina, ma per far crescere il «potere contrattuale italiano» serve anche una strategia che metta insieme i tre poli di Milano, Firenze e Roma. Milano e Firenze stanno già dialogando per un piano di «nuovo rinascimento condiviso» mentre è ancora da chiarire il ruolo della Capitale, che potrebbe diventare un'officina e ponte di accesso per i nuovi talenti.

In attesa di nuovi sviluppi, uno dei simboli della collaborazione tra Firenze e Milano è oggi l'evento *Super*, organizzato da Pitti Immagine presso The Mall in Porta Nuova Varesine. L'appuntamento con i 143 marchi emergenti (di cui oltre un terzo esordienti) inizia il 25 e si conclude il 27, presentando eventi, collezioni di accessori e *prêt-à-porter*. Segnaliamo JO!, la collezione realizzata da un gruppo di stiliste giordane; Super Talents, che fa scouting tra i creativi di Paesi emergenti; la presentazione della *capsule* realizzata dalla designer italo-brasiliana Paula Cademartori per Kartell.

Come sempre, i riflettori sono però accesi su *big* come Armani o Anna Molinari (che quest'anno celebra i suoi 40 anni). E soprattutto Gucci e Bottega Veneta, che si cimentano con il *genderless* presentando una sfilata mista uomo-donna e aprendo la passerella a una do-

manda incalzante: il genere misto ha davvero un mercato? È finzione, risparmio o una realtà crescente?

E proprio il rapporto tra finzione e realtà è stato un po' il filo conduttore di questa *Fashion Week*: di certo lo è stato con la sfilata di Xu Zhi, che non ha mai fatto mistero di esplorare con il suo lavoro proprio questi estremi e ha animato una delle tavole rotonde organizzate all'Unicredit Pavilion. Anche la grande mostra dedicata a Keith Haring a Palazzo Reale rappresenta un ponte tra questi due mondi: l'allestimento punta infatti a mostrare la modernità dell'artista in riferimento all'arte classica che lo ha ispirato. I colori, il gioco e le forme primitive di Haring, dunque, come avvicinamento all'essenza del reale.

Tra gli appuntamenti culturali, da non perdere anche la mostra fotografica *Portraits* di Maurizio Galimberti all'Unicredit Pavilion.

NOVITÀ

A sinistra un modello di Angel Chen, uno dei protagonisti della *Fashion Week* presentato da Mercedes-Benz. A lato, il popolo delle sfilate meneghine che anima la città di Milano. In fondo una creazione di Alexander Arutyunov, che è uno degli esordienti presentati al The Mall di Porta Nuova Varesine da Pitti Immagine

