

La Fashion Week milanese Un'edizione record con più di 180 collezioni

Moda Sfila la competizione con Londra e New York

Più che i vestiti si osservano le mosse dei colleghi anglosassoni

DI GIUSI FERRÉ

Si parla poco di abiti in questa Fashion Week milanese, che presenta per l'autunno/inverno 2016-2017 più di 180 collezioni tra 73 sfilate, una novantina di presentazioni, nove su appuntamento. **Più tre saloni di settore** — White, Super e Mipap — che raggiungono un totale di 770 marchi. Si parla meno di vestiti e di look, però, e la rosa nei capelli e le zeppe sempre più alte.

È sul sistema della moda che si discute, con una domanda che si pongono tutti e si può semplificare al massimo: muoversi come gli americani e gli inglesi, che vogliono cambiare il sistema mandando in passerella gli abiti già in boutique, o rispettare i canonici sei mesi che intercorrono tra lo show e l'arrivo nei negozi?

Istituzioni

Carlo Capasa, il presidente della Camera nazionale della moda, non crede a quello che è stato definito «see now, buy now» (vedi in sfilata e compra subito in negozio). «Io sono per lo slow fashion, una sintesi bella e sofisticata della filiera italiana, che esprime creatività e viene valorizzata

in ogni suo momento. Crea sogno e desiderio, che è un grande sentimento. Il fast fashion, o il pronto di alta gamma, soddisfa i bisogni. E il desiderio, però, a sostenere la moda, e per suscitargli serve il tempo dell'attesa. Si tratta di una riflessione condivisa con fermezza dai francesi, che proteggono sempre la creatività dei propri designer».

Il fatto, ritenuto magari poco significativo da chi fatica a riconoscere al fashion la forza e la dignità di un comparto produttivo, è che in questo dibattito si confrontano due mondi: quello italo-francese, dove sono determinanti la manifattura e un'artigianalità pregiata, e quello anglosassone, basato sulle logiche della finanza e del marketing esasperato.

In questo scenario dove la confusione appare promettente, la presenza del presidente del Consiglio a Milano è stata accolta con entusiasmo, in un simboli-

co taglio del nastro di questa sei giorni. «Mi sembra strano che io sia l'unico tra i premier a farlo — dice Matteo Renzi —. Deve diventare una tradizione». Per questa volta l'incontro ha anche un carattere conviviale: il lunch voluto dal sindaco, Giuliano Pisapia, e dal presidente di Cnmi, Ca-

pasa. Centottanta circa gli invitati, tra super-stilisti e mega-imprenditori, e la beatificazione definitiva di Anna Wintour, direttrice di American Vogue, e di Franca Sozzani di Vogue Italia. Assise alla destra e alla sinistra di Matteo il Magnifico.

Entusiasmo

A dare una forte spinta e l'entusiasmo che questi tempi richiedono, è stato il discorso del premier, svolto a braccio dopo aver inutilmente preparato tabelle, dati e appunti. «Dobbiamo vincere i luoghi comuni per rispetto di chi opera in questo settore. Guai a pensare che sia un divertissement per pochi, come viene fatto passare a volte. Perché la moda è fatta da uomini e donne che ci lavorano, che ci mettono passione e hanno il coraggio di crederci anche quando non è facile». Ha proseguito ricordando anche il passato eccezionale del made in Italy. «Ciò di cui abbiamo bisogno è prendere i valori del passato e portarli nel futuro. Se l'Italia negli ultimi vent'anni ha avuto paura di aprirsi al mondo, oggi noi diciamo che il messaggio è opposto. Il mondo chiede qualità e creatività, e ha bisogno di un'Italia che guardi al mondo, essendo una

grande ambasciatrice di questi valori».

Anche per questo la foto per la quale ha voluto posare sulla scalinata dell'Arenario, circondato da giovani stilisti, ha emozionato Capasa. «Si dimostra la conferma di quanto la nuova generazione sia per noi importante. Noi siamo al loro fianco. È una certezza sulla quale possono contare». Si moltiplicano, infatti, le iniziative dedicate a quelli che vengono definiti i «new name».

Da tempo, con generosità, a ogni stagione Giorgio Armani invita a sfilare nel suo Teatro un emergente, offrendo location, light design e il prestigio che deriva dall'aver suscitato l'interesse di questo protagonista assoluto. Mentre la Camera della moda è andata cambiando alcune regole, che avevano meravigliato chi proveniva dalle maggiori tutele, per esempio, dal British Fashion Council, dove si entrava nel calendario degli show senza pagare. Nel nostro Paese invece erano richiesti 10 mila euro. «È vero, ma le norme oggi sono cambiate. Per le prime tre stagioni i ragazzi non pagano. E li aiutiamo mettendo a loro disposizione i luoghi per sfilare e accogliere i buyer. Gratuitamente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Capasa (Cnmi):
«Migliorate
le regole
per i giovani»**