

L'industria del bello Parte con l'uomo la maratona delle sfilate. Ma c'è chi propone insieme anche la donna

# Moda Passerelle sempre più unisex

Da Marras a Dsquared2 si apre una fase diversa anche in Italia  
Accordo tra White e Camera moda. Il sostegno di Giorgio Armani

DI GIUSI FERRÉ

**E** appena cominciato l'anno e Donald Trump ha già avviato la sua politica di neoprotezionismo, convincendo i boss dell'industria automobilistica americana, minacciati di dazi, a tornare sui propri progetti di investimenti e produzioni all'estero. Eppure il presidente non si è ancora insediato alla Casa Bianca e all'Inauguration Day manca più di una settimana.

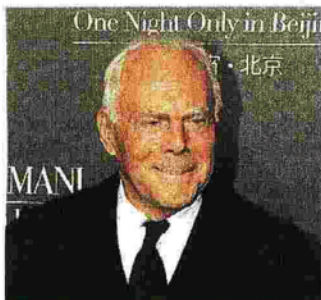
Si annunciano momenti contraddittori, insomma, che potrebbero scontentare, oltre i democratici, perfino gli ultraliberali e che richiedono, per chi ha puntato sulle esportazioni, duttilità nei rapporti, capacità di alleanze, consapevolezza dei cambiamenti sociali e di mercato.

È su queste basi che il sistema della moda — il cui valore per l'Italia è di 52,4 miliardi di euro solo per il tessile-abbigliamento e di 83,6 se si prendono in considerazione tutti i beni di lusso personali — prepara la strategia per il 2017. A cominciare dalla fashion week milanese, che in staffetta ideale con il fiorentino Pitti Immagine, la più importante fiera dell'abbigliamento uomo di qualità, conferma la volontà di tutti gli operatori di stringere alleanze operative. Lo dimostra l'accordo tra White, il salone del contemporary che nella ricerca e nello scouting di alto livello ha fatto la sua caratteristica, e la Camera nazionale della moda.

Per la prima volta l'ospite d'onore della manifestazione, scelto dal gruppo di designer selezionati per il progetto Revolver inside White (la collaborazione con la fiera Revolver di Copenaghen), è inserito nel calendario ufficiale degli show di Milano Moda Uomo e sfilata il 16 gennaio nel cuore del Tortona Fashion District, grazie anche al sostegno di Cnmi.

## I nomi

«Il marchio che mandiamo in passerella, Wood Wood diretto da Karl-Oskar Olsen e Brian SS Jensen, rappresenta un incontro evoluto tra streetwear, sport e cultura giovanile — spiega Massimiliano Bizzi, il fondatore di White —. È lo stile con il



Stilista Giorgio Armani. Sostiene i giovani emergenti



Accordi Massimiliano Bizzi, intesa tra la sua White e Cnmi

quale il pubblico più si immedesima, perché ha un forte impatto d'avanguardia, ma senza quella ostentazione creativa che può risultare anche imbarazzante e che al di fuori di un circolo ristrettissimo non incontra il favore del mercato».

Anche Carlo Capasa, presidente della Camera nazionale della moda, parla di «un evento nel segno della collaborazione tra gli attori del sistema, che contribuisce a rendere unico e speciale il settore del fashion nella nostra città e del nostro Paese». Si conferma così quel concetto di città creativa sostenuto dal professor Richard Florida nel suo saggio «L'ascesa della nuova classe creativa», per cui «il locale» può rappresentare il punto più visibile e concreto in cui è possibile agire, facendo leva su innovazione, creatività e talento e promuovendo al tempo stesso azioni coordinate tra impresa, ricerca e cultura del progetto. In questo particolare tessuto urbano

dove l'invenzione è in grado di garantire le risorse necessarie per sostenere lo sviluppo, è nato l'Armani Day, che chiude la ricca e articolata settimana del menswear, iniziato il 10 gennaio a Firenze e che terminerà a Milano il 16.

«Abbiamo sempre concentrato nell'ultima giornata i brand giovani — spiega Carlo Capasa —. Una scelta che non ha incontrato l'approvazione di tutti, ma che vogliamo sostenere rendendo sempre più interessante la giornata. Per questo ci siamo rivolti a Giorgio Armani, che già da tempo ospita nel suo teatro lo show di un designer emergente, proponendogli alcuni nomi. Con il senso pratico che lo contraddistingue, ha deciso che ne avrebbe ospitati tre di sua scelta, ognuno con il suo show-happening, concludendo poi l'evento con la sua sfilata. Grazie a una disponibilità straordinaria».

## Raddoppio

Ma questa è anche la prima edizione nella quale alle proposte maschili per l'autunno/inverno 2017/2018 cominciano ad affiancarsi quelle femminili per la stessa stagione, unificate in un unico show ogni semestre. A Milano daranno il via Christian Pellizzari e Antonio Marras, che presenterà le collezioni al Museo della Triennale, dove è in corso la sorprendente mostra a lui dedicata «Nulla dies sine linea». Seguiranno Manolo Burlon County of Milan e Dsquared2. Se aggiungiamo che White, non a caso sottotitolato Man & Woman, è attualmente l'unica manifestazione in grado di presentare il preview donna durante la moda uomo, si capisce che la suddivisione classica sulla quale si è impostato finora il sistema è superata.

«Siamo arrivati a una specie di fashion marathon, che si concluderà alla fine di febbraio con il prêt-à-porter femminile, consentendo ai buyer tempi più meditati per gli acquisti», commenta Massimiliano Bizzi. Perché a cambiare non sono soltanto i vestiti, ma l'intero comparto produttivo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

