



La moda ai livelli pre-Lehman e corre il doppio del Pil (+2,8%)

SCENARI POSITIVI

La fashion week ospiterà 160 collezioni, precedute da fiere ed eventi culturali

Milano è diventata capitale della moda sostenibile, una filiera da 90 miliardi

Giulia Crivelli

Un primo trimestre «non brillante ma comunque positivo» e un secondo trimestre «eccezionale»: Carlo Capasa, presidente della Camera della moda, ha introdotto così le previsioni per l'intero 2018 del sistema "allargato" del tessile-moda-accessorio, che comprende i settori collegati di gioielli, bigiotteria, cosmesi e occhiali. Il fatturato crescerà del 2,8% (più del doppio della cifra stimata per il Pil italiano) e sfiorerà i 90 miliardi (89,7 per la precisione). Ancora meglio hanno fatto, da soli, abbigliamento, calzature, pelletteria e tessile: il fatturato 2018 crescerà del 3% a 66,7 miliardi.

«Il mese di settembre, cruciale per Milano e per l'intero sistema della moda italiano, inizia quindi sotto i migliori auspici – ha sottolineato Capasa –. Non siamo solo alla vigilia di una fashion week particolarmente ricca: l'elenco delle iniziative è lunghissimo. Si inizia con la seconda edizione di Milano XL, l'evento che consente di mostrare a tutti, cittadini e turisti compresi, la complessità della nostra filiera (si veda anche Il Sole 24 Ore del 3 settembre). Seguiranno fiere specializzate, manifestazioni collaterali e complementari alla fashion week, come White e Super, e, non

meno importante, la città verrà animata da numerosi e prestigiosi eventi culturali e mostre».

La ricchezza del calendario

Sfilate, presentazioni e iniziative per i giovani si terranno dal 18 al 24 settembre: una vetrina globale per 165 collezioni della primavera-estate 2019. Fino a poche stagioni fa le settimane della moda erano severamente divise in donna e uomo, ma non è più così, ha ricordato il presidente della Camera della moda, associazione che

riunisce aziende e marchi a "valle" della filiera, quelli che sfilano o presentano negli showroom: «Avremo 60 sfilate, undici delle quali *co-ed*, che vedranno in passerella un mix di donne e uomini. Oltre 80 le presentazioni, alle quali si aggiunge la presenza di quasi 30 giovani talenti nel Fashion Hub Market e all'interno dell'International Woolmark Prize. Circa 45 le mostre, inaugurazioni e celebrazioni di anniversari».

Filo conduttore: la sostenibilità

Non ci sarà solo la seconda edizione di Milano XL, progetto di sistema che coinvolge Comune, Assolombarda, Confindustria moda, Ice e Mise. Dopo il debutto nel 2017 tornando i Green Carpet Fashion Awards, i premi per la moda sostenibile creati dalla Camera della moda in collaborazione con Eco-Age, il progetto di Livia Firth diventato punto di riferimento per la sostenibilità ambientale e sociale dell'industria globale della moda e del lusso.

«La sostenibilità è sicuramente prima di tutto una scelta etica – ha ricordato Cristina Tajani, assessore alla



Moda del Comune di Milano -. Ma studi e analisi confermano ogni giorno di più che i Millennials, i nati dopo il 1980, e non soltanto loro, guardano alla sostenibilità sociale e ambientale di un marchio prima di fare acquisti. Investire in comportamenti responsabili e in trasparenza non è solo una scelta etica, quindi, per un'azienda, bensì pure economica».

La sostenibilità è infatti anche il filo conduttore di Milano XL, a conferma che si tratti di un tema di filiera: «Il sistema moda può ambire a diventare sostenibile solo se l'impegno è comune a tutte le aziende e a tutti i settori - ha ricordato Capasa -. Proprio come una società può diventare sostenibile solo se ognuno di noi, nel suo piccolo universo, fa le scelte più etiche e consapevoli».

Il traino dell'export

Anche nel 2018 il saldo commerciale sarà estremamente positivo: le esportazioni del tessile-moda saliranno del 4,3% a 52,2 miliardi, quelle del sistema allargato del 3,1% a 67,5 miliardi, grazie a una galassia fatta di quasi 70mila imprese di ogni dimensione, che danno lavoro, direttamente, a 620mila

persone. «Le stime per il 2018 riportano il fatturato ai livelli di dieci anni fa, prima che scoppiasse la crisi economico-finanziaria globale innescata dal crac di Lehman Brothers, nel settembre 2008 - ha ricordato Capasa -. Non siamo ancora ai massimi, raggiunti nel 2000, ma restiamo positivi per i prossimi anni, perché a giudicare dal successo delle fashion week di Milano e di tutte le iniziative di sistema, la fame di made in Italy nel mondo continua a crescere».

Il ruolo delle istituzioni

L'assessore Tajani e Carlo Capasa hanno ribadito la volontà di rappresentare un esempio di collaborazione tra pubblico e privato e hanno ringraziato le istituzioni nazionali per il sostegno, tramite Ice e ministero dello Sviluppo economico, al sistema mo-

da. È grazie ai fondi stanziati dal Mise, hanno ricordato Tajani e Capasa, che si sono realizzate iniziative come Milano XL, i Green Carpet Awards e si è accelerata l'internazionalizzazione di importanti fiere come Milano Unica (tessile), Mido (occhiali), Lineapelle e Micam (calzature).

«Spero che l'attuale Governo segua l'esempio dei precedenti, guidati da Matteo Renzi e Paolo Gentiloni - ha aggiunto Capasa -. Qui a Milano vediamo la punta dell'iceberg del sistema moda, che rappresenta il secondo comparto manifatturiero per il Paese. Garantisce la crescita del Pil e allo stesso tempo fa da ambasciatore dell'Italia nel mondo, creando sinergie per la cultura e il turismo e dando molte opportunità ai giovani».

Tra le altre iniziative che animeranno Milano nei giorni della fashion week, da segnalare White, fiera ideata da Massimiliano Bizzi e patrocinata dal Comune che si terrà dal 21 al 24 settembre, con 562 marchi di ricerca e tendenza provenienti da tutto il mondo. *Last but not least*, la copertura web e in particolare sui social network fortemente voluta dalla Camera della moda guidata da Capasa, che anche per questa edizione ha commissionato a The Blink Fish un cortometraggio a tema (*Be Ready*) che verrà poi presentato in tutti i fashion festival del mondo, sempre più numerosi perché il legame tra moda e cinema si rafforza anno dopo anno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

90

Anni di Luisa Spagnoli

Oltre allo storico marchio da donna, nel 2018 festeggiano anche Etro (50 anni), Casadei (60 anni), Les Copains (60 anni) e Lardini (40 anni)

5 +2

Sponsor fashion week

A partner storici come Dhl, Mercedes-Benz, Illy, San Pellegrino e Unicredit, si aggiungono da questa edizione Woolmark Company e Technogym



In passerella. Un look Versace per il prossimo autunno-inverno