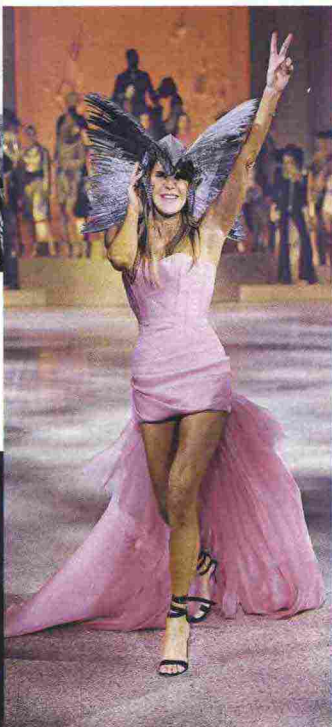
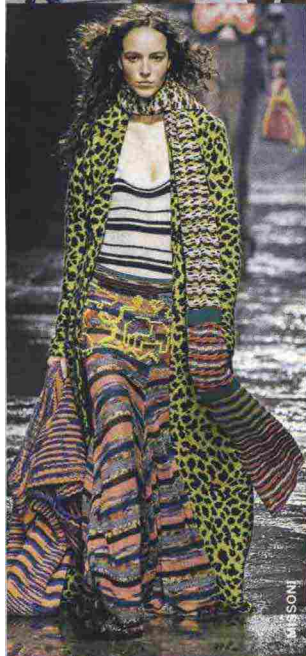


# GIOIA!



## IN PIAZZA

Contro le pellicce e l'angora: le conigliette di Peta hanno convinto anche Anna Dello Russo.



## PERFORMANCE

Installazioni artistiche di Chiara Ferragni (i suoi "ragazzi" arrampicati su un'impalcatura in centro città) e di Moncler che ha messo insieme otto creativi per il progetto Genius presentato con un evento fantasmagorico. Noi abbiamo scelto Grenoble: le persone sembrano appese al muro. Ma è un effetto ottico.



# Italians DO IT BETTER

Se questo 2018 fosse l'anno zero della moda e ci trovassimo a spiegare lo stato dell'arte a una delegazione aliena, potremmo dire senza tema di smentita che l'Italia è (tornata a essere) il fashion ombelico del mondo. Dati alla mano, la crisi è finita: secondo i dati dell'ICE (Istituto per il Commercio Estero) il Made in Italy vola. Nel 2017 il nostro export è aumentato del 9% - contro una media mondiale del 3% - e il nostro saldo attivo è a quota 17.6 miliardi di euro. Diverse cose sono cambiate: le collezioni uomo e donna, un po' ovunque, vengono sempre più spesso ottimizzate in un'unica sfilata, che gli addetti ai lavori definiscono co-edited. Le manifestazioni collaterali alle passerelle sono diventate il vero valore aggiunto delle ultime fashion week.

In questa edizione, Milano ha sbaragliato la concorrenza di New York e Londra con 95 presentazioni e 18 eventi, oltre alle 64 sfilate in calendario, ai due "satelliti" White e Super, al salone TheOne che accorpa gli ex MiPap e MiFur, e al nuovo Fashion Hub. Risultato: la stampa estera ha rimpianto di non poter restare almeno un giorno in più per vedere tutto. Parigi, in corso con 78 sfilate e 32 presentazioni, arranca ma tiene il passo con due manifestazioni dedicate ai giovani emergenti a margine delle passerelle, New Now e Designers Apartment.

In affanno New York, che in nove date (più di tutte le altre piazze) ha puntato soprattutto sulle passerelle. 136 sfilate (contro le 180 del 2015) in un calendario che conta importanti defezioni ed è rimasto fitto soprattutto perché, nei primi tre giorni, ha accorpato le collezioni uomo. Londra si è distinta per la presenza della Regina nel front row di Richard Quinn (v. pag. 29), a significare regale supporto al Queen Elizabeth II Award for design, un tributo all'eccellenza dei brand inglesi, e poco più. Mentre basta un clic sul sito della Camera della moda, [cnmi.it](http://cnmi.it), per capire quanto qui si brilli su tutti i fronti, non ultimi quelli dell'impegno nei confronti della sostenibilità - i Green Carpet Fashion Awards torneranno a settembre - e dell'inclusione: alla Milano fashion week inclusive, il 27 febbraio, hanno sfilato modelli e modelle disabili di tutto il mondo. La moda è di tutti, viva la moda.

Federica Fiori