

«Milano XL», la moda fa squadra per l'eccellenza

Corrono i distretti del tessile: export +5,2% in sei mesi

Da oggi Milano diventa vetrina mondiale delle collezioni donna della primavera-estate 2018.

Ma non solo: per la prima volta sfilate e presentazioni si sovrappongono a fiere di settore e mostre ed

eventi aperti a tutta la città.

Una fashion week che durerà undici giorni, più delle rivali New

York, Parigi e Londra. Con un indotto economico e di immagine che batterà ogni record, per Milano e per l'Italia.

Beghelli, Casadei, Crivelli ▶ pagina 6

Gli effetti sulla città. Record di presenze, tassi di occupazione degli alberghi al 90% e iniziative aperte a chi non appartiene al fashion system, come mostre e installazioni

Indotto mix di economia e cultura

Marta Casadei

Milano, piazza Tricolore, ore 10.15: per percorrere la via che taglia il centro città, aggirare il Quadrilatero della moda e tuffarsi nel cuore di Brera, nel complesso due chilometri scarsi, si impiegano trentacinque minuti.

Le colonne di auto e taxi sono interrotte da qualche autobus; i più coraggiosi, che hanno scelto moto e motorini confidando nella bella giornata di fine estate, si cimentano in una gincana tra i veicoli, in attesa che scatti il verde. Il mezzo più veloce, a conti fatti, potrebbe essere la bicicletta: non a caso, Mobike, il servizio di bike sharing free floating, attivo a Milano da sole due settimane in aggiunta al già rodato Bikemi di Atm, ha raccolto 35 mila iscritti. Nel corso degli anni i milanesi

hanno fatto l'abitudine al traffico legato alla settimana della moda, ma quest'anno la città si è riempita ben prima dell'inizio ufficiale della kermesse, al via questa mattina.

Merito dell'«effetto XL», ovvero della concomitanza di eventi, fieristici e non (si veda l'articolo sotto), che animano la città fin dallo scorso weekend. Merito, soprattutto, dello sforzo compiuto da istituzioni, associazioni e aziende che hanno scelto di collaborare per riportare la città in cima alla classifica delle capitali

LE STIME

Per la Camera di Commercio si potrebbe superare il record di febbraio, quando gli hotel avevano incassato 17 milioni di euro in pochi giorni

della moda internazionale. La fashion week ha una ricaduta economica importante sulla città: già un anno fa le stime della Camera di Commercio di Milano avevano stabilito un indotto di oltre 42 milioni di euro nei sette giorni delle sfilate di moda femminile. Una cifra che questa versione allungata e «concertata» della kermesse punta a superare.

Gli effetti si notano su più fronti, tra i quali spicca quello turistico: secondo le stime del Servizio marketing territoriale della Camera di commercio di Milano, Monza Brianza e Lodi su dati Res StrGlobal, nove camere d'albergo su 10 sono piene, specialmente negli hotel centrali e di lusso. Ci sono tutte le premesse perché la manifestazione in avvio confermi l'impatto economico della fashion week del febbraio scorso,

quando le strutture alberghiere del capoluogo lombardo avevano registrato 17 milioni di euro di ricavi, con l'88% di occupazione.

Anche in quel caso si era trattato di un'edizione in crescita: +9% dei ricavi rispetto alla settimana della moda invernale del 2016. Ad attirare i turisti, buyers e giornalisti in testa, le prime tre giornate di show: tra mercoledì e venerdì, giorni nei quali sfilano le collezioni di super big come Gucci, Prada, Fendi, Max Mara, Giorgio Armani e Versace, si concentra infatti il 50% dei ricavi alberghieri dell'intera settimana.

Milano corre veloce e si mette in mostra davanti all'audience internazionale di questi giorni. Lo fa anche facendo sfoggio di alcune tra le più belle location che la città può offrire, spesso nascoste dietro portoni e facciate austere.

Compratori, giornalisti e influencer stranieri, infatti, potranno visitare (e instagrammare: raccogliendo centinaia di migliaia di like e promuovendo indirettamente la città) la storica Sala delle Cariatidi di Palazzo Reale, che il Comune mette a disposizione anche per le sfilate dei designer emergenti, supportati dalla Camera della moda, e il Museo della scienza e della tecnica e la Triennale. Ed entrare nel Teatro Lirico, benché ancora in corso di ristrutturazione, per assistere al defilé di Antonio Marras.

Last but not least, grande protagonista di questa edizione della fashion week è La Scala, il teatro d'opera e lirico più famoso al mondo. Domenica sera ospiterà la prima edizione del Green Carpet Fashion Awards Italia, un premio che celebra manifattura, talento, responsabilità e bellezza: caratteristiche che rendono l'Italia, e Milano, un punto di riferimento mondiale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tra collezioni ed eventi. In calendario più marchi faranno sfilare insieme le linee donna e uomo

In passerella cresce la formula «unisex»

Chiara Beghelli

Sessantaquattro sfilate, 80 presentazioni, 14 marchi emergenti ospitati al Fashion Hub Market di piazza Gae Aulenti animano il calendario della settimana della moda milanese che si apre oggi, per chiudersi lunedì 25. In vetrina, le collezioni della primavera-estate 2018; fra le novità più attese, il debutto di Paul Surridge da Roberto Cavalli e quello di Lucie e Luke Meier (coppia anche nella vita) da Jil Sander, ma anche i primi show di Albino Teodoro, Brognano, The-Sirius e Ssheena, la prima collezione di John Richmond dopo l'acquisizione da parte di Aray Fashion. Molta curiosità per le sfilate «co-ed», che accor-

pano le collezioni uomo e donna e che hanno riorganizzato i calendari, non solo a Milano. Confermano questa scelta Gucci, Bottega Veneta e Antonio Marras, la sperimentano per la prima volta Missoni (che celebra così anche i 20 anni della direzione creativa di Angela Missoni), Etro, Trussardi e Jil Sander, che avevano preannunciato la formula non partecipando alla

fashion week maschile di giugno. Assente da Milano il «see now buy now», la possibilità di acquistare «live» i look delle sfilate o di trovare le nuove collezioni subito nelle boutique, in voga (ma meno rispetto al recente passato) a New York e Londra.

A Milano, inoltre, la durata della settimana della moda si è estesa a dieci giorni, se si includono nel calendario i saloni

inaugurati nei padiglioni di Rho Fiera domenica 17: Micam e Mipel, dedicati rispettivamente alle calzature e alla pelletteria, che chiudono oggi con un passaggio ideale di testimone all'abbigliamento e che a loro volta hanno preso il testimone da Homi, il salone del lifestyle che li ha preceduti e dalla sua sezione dedicata al fashion. Chiuderanno lunedì, invece, insieme alle sfilate, il salone delle nuove tendenze White, la fiera Super e la seconda edizione di TheOne, manifestazione dell'«haute-à-porter» che ha accorpato Mifur e Mipap.

Oltre alle location riservate agli addetti ai lavori, per questa edizione di Milano moda donna la città ha voluto coinvolgere mi-

lanesi e turisti con il progetto Milano XL, una festa della creatività pensata per condividere e far conoscere la produzione italiana del «bello e ben fatto», declinata in sette installazioni in luoghi simbolo, ognuna pensata da un'associazione di settore, da Federorafi a Cosmetics Italia, da Lineapelle ad Anfao.

Fra gli altri eventi aperti al pubblico anche mostre come «Shanghai, In the Mood for Fashion» di Giovanni Gastel alla Fabbrica del Vapore, confermata come nuova location per le passerelle (visitabile fino al 27 settembre) e «I See Colors Everywhere» organizzata da Benetton alla Triennale (fino al 28), mentre la mostra dedicata ai primi 100 anni della Rinascente a Palazzo Reale resterà aperta fino a domenica 24.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

11 giorni

Record a Milano
Dalla formula XL, sorpasso su New York, Londra e Parigi

5 fiere

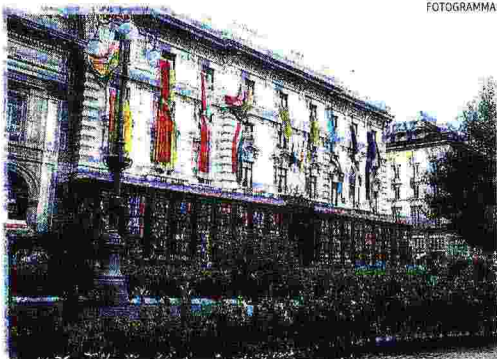
Prima volta in contemporanea
Oltre a Micam e Mipel, anche White, Super e The One



FOTOGRAMMA

Installazioni.

Sono parte del progetto Milano XL. In alto, "Il salotto delle gioie" in Galleria Vittorio Emanuele II; a sinistra, "La biblioteca dei tessuti" a Palazzo della Ragioneria



Fashion week. Record di buyer e visitatori - Al via le sfilate donna



NICOLA MARFISI/AGF

Piazza del Duomo. La facciata della Rinascente, che ospita una delle sette installazioni sulla creatività italiana