



LA MEMORIA DELLA SHOAH

Pietre d'inciampo Studenti custodi

Studenti «custodi» delle pietre d'inciampo. Gli alunni di sei scuole del Municipio 2 si prenderanno cura di sedici di questi piccoli monumenti, che ricordano altrettante vittime della persecuzione nazista. Il progetto è unico nel suo genere. Il patto di collaborazione è stato siglato ieri

a pagina 5

Fashion week, la qualità spinge il business ritrovato

Si chiude con un indotto da 70 milioni di euro. I tassisti: più corse che nel pre Covid

Più business che mondanità. Più qualità che selfie impazziti. Galvanizzata da numeri importanti (70 milioni di indotto per la città solo grazie a buyer, modelle, tecnici, stilisti e ovviamente turisti), rincuorata da migliaia di presenze (compresi superospiti come Kim Kardashian da Dolce & Gabbana e Isabelle Huppert da Giorgio Armani), Milano ha salutato ieri la settimana della moda con le ultime sfilate «digitali» dopo sei giorni di spostamenti «fisici» (richiestissimi i luoghi d'arte, dall'HangarBicocca dove ha sfilato Tod's, alla Galleria Blindarte nel cuore di Brera con Fratelli Rossetti). Perfino i tassisti erano contenti: «La moltitudine di eventi collegati alla settimana della moda — spiega Emilio Boccalini, vice presidente di Taxiblu — hanno fatto segnare un'impennata delle richieste. Direi che nei numeri siamo oltre a quelli del periodo pre pandemico».

Traffico imponente. Ristoranti pieni, alberghi al completo. Il nuovo Fashion Hub di

via dei Mercanti ha accolto 15 mila visitatori. «È stata una fashion week entusiasmante, con un ricco programma di attività che hanno conferma-

to il ruolo leader di Milano nel panorama della moda globale. L'attenzione verso i giovani, la sostenibilità e le tematiche di inclusione sono state fondamentali imprescindibili che ci hanno permesso di costruire un palinsesto di attività di grande valore culturale», spiega soddisfatto il presidente della Camera nazionale della Moda, Carlo Capasa (forte anche di un più 18 per cento di fatturato del settore nel 2022 rispetto all'anno precedente). È sempre lui a far notare il ritorno di stampa e buyer da Paesi come la Cina: «Per questa edizione abbiamo avuto il 20 per cento di operatori in più rispetto ai numeri delle fashion week pre-pandemia. Con più di 175 appuntamenti in calendario la fashion week è stata in grado di amplificare l'energia positiva data dai nostri grandi brand e dalle nuove generazioni di designer che ci fanno

guardare al futuro con speranza».

Risultati positivi anche da White — il Salone della moda di ricerca in via Tortona — che si è chiuso ieri con un aumento di presenze di top buyer stranieri dell'8 per cento e oltre 18 mila visitatori complessivi, oltre che una crescita del 450 per cento delle «interazioni su Instagram». Il fondatore, Massimiliano Bizzi commenta: «L'energia e l'atmosfera che si sono respirate a White e il ritorno dei grandi nomi internazionali ci fanno capire che la strategia di selezione intrapresa sulla qualità rispetto alla quantità è quella giusta. In quest'ottica, rimango ottimista sul percorso intrapreso: Milano è in grado di creare nuove prospettive di sviluppo e crescita all'interno del panorama moda internazionale».

A. Sac.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





20%

L'aumento
Gli operatori sono aumentati del 20 per cento rispetto alle fashion week pre pandemia

175

Le sfilate
La settimana della moda appena conclusa ha avuto oltre 175 appuntamenti in calendario

