

MFW 2017. Milano si conferma capitale della moda e della creatività italiana

scritto da Scenari Internazionali | 30 Settembre 2017



Anche per quest'anno, il più atteso appuntamento della moda milanese è giunto al termine. Durante l'ultima edizione, conclusasi lunedì scorso, di Milano Fashion Week abbiamo visto sfilare nuove tendenze per quanto riguarda il *prêt à porter* ma anche il make-up e l'hair styling: un insieme di stili, tessuti e tanta creatività con un'attenzione non scontata all'ambiente e alla sostenibilità, che ha premiato la cooperazione tra Camera Nazionale della Moda Italiana, Ministero dello Sviluppo Economico, ICE-Agenzia, Comune di Milano, Confindustria e Fondazione Altagamma.

di Maria Cristina La Rosa

MILANO – In qualche modo, quest'ultima settimana milanese può essere definita come l'edizione zero o la "nuova" Milano Fashion Week. Contemporanea alla festa della creatività *Milano XL*, questa MFW ha

voluto trasformare Milano nel centro nevralgico del fashion system. Quindi, non solo sfilate ma anche eventi, presentazioni e fiere durante i quali il Made in Italy è diventato protagonista. «Siamo la seconda potenza manifatturiera d'Europa, ma tendiamo a dimenticare che dietro alle mani, nelle mani stesse, ci sono intelligenza, eleganza e cultura, e che tutte queste componenti vanno valorizzate portandole all'attenzione di tutti e trasformandole in leva strategica», ha detto Ivan Scalfarotto, sottosegretario al Commercio Internazionale e all'Attrazione degli Investimenti.



Elisabetta Franchi SS18 – © Negri Firman

Nel dettaglio, il progetto *Milano XL – La festa della creatività italiana* ha previsto sette installazioni a tema lungo le vie di Milano, curate da Davide Rampello, con le scenografie di Margherita Palli, come ad esempio in Piazza Scala *La biblioteca dei tessuti*, posta sulla facciata del Palazzo della Cancelleria, nella Piazza d'Armi del Castello Sforzesco *Il trionfo d'amore* per Spositalia, nella Galleria Vittorio Emanuele *Il Salotto delle Gioie*, la facciata del Palazzo de La Rinascente diventata *Il Cosmo della Bellezza* e così via.

A questo proposito, l'ideatore e direttore artistico del progetto ha affermato: «Una vera e propria festa, l'abbiamo chiamata così per sottolinearne il valore di inclusione, partecipazione e condivisione, in cui tutti gli invitati sono chiamati a conoscere e riconoscere l'inesauribile capacità creativa di Milano e dell'Italia. L'eccellenza e la creatività sono valori che contraddistinguono l'italianità nel mondo e, attraverso questo progetto, vogliamo raccontarli non solo nei contenuti, coinvolgendo settori di altissimo livello, ma anche e soprattutto nella forma, poiché anche le stesse spettacolari installazioni che lo caratterizzano sono realizzate grazie alla partecipazione di artisti e artigiani di grandissimo prestigio».

Per l'evento sono stati investiti 3,3 milioni di euro, di cui il 75% coperto da fondi pubblici. Oltre al grande valore del Made in Italy in termini di artigianalità, si è voluto dare risalto anche a nuovi concetti, in particolare la connessione tra moda e sostenibilità. A questo scopo è stato istituito da Camera Nazionale della Moda Italiana (CNMI), in collaborazione con Eco-Age e col supporto del Ministero dello Sviluppo Economico (MISE), di ICE-Agenzia e del Comune di Milano, il primo *Green Carpet Fashion Awards*, a cui hanno partecipato i più importanti stilisti italiani (Miuccia Prada, Giorgio Armani, Alessandro Michele per Gucci, Pierpaolo Piccoli di Valentino e tanti altri ancora), le case di moda di lusso e i designer italiani emergenti. Tra i candidati al premio, giovani stilisti che hanno presentato un proprio progetto legato ai Principi di Eccellenza Sostenibile GCC® di Eco-Age e le Linee Guida di CNMI nei loro look e a celebrare il Made in Italy. Nel penultimo giorno di eventi, alla Scala, una commissione, composta da addetti ai lavori del calibro di Livia Firth e Sara Sozzani Maino, ha decretato, fra i 5 finalisti, il vincitore, ossia Tiziano Guardini. Da molti considerato lo "stilista della natura", per lo stretto rapporto che lo lega alla Madre Terra. Lo stilista ha ricevuto il premio *Franca Sozzani GCC Emerging Designer of the Year* e l'opportunità di partecipare

alla Settimana della Moda di Milano nel febbraio del 2018.



UJOH SS18 – © Negri Firman

Nei giorni compresi tra il 22 ed il 25 settembre, Milano ha ospitato anche una delle fiere più importanti per i brand emergenti, ossia il *White Milano*, che quest'anno si è allargata, aggiungendo due nuove location a quelle già esistenti, cioè il famoso Tortona Fashion District o, più precisamente, i civici 27, 31, 35, 54 e 57 di Via Tortona, per un totale di m² di superficie allestita. Il White, con 532 marchi presenti, è stato capace di creare un connubio perfetto tra aziende consolidate del Made in Italy e marchi internazionali. Molte le sezioni che hanno attratto il gran flusso di visitatori (ben), tra cui Portugal Fashion, Red Area, White Beachwear, White Beauty, White Glasses, White Artisanal Lounge. Due presenze hanno reso ancor più ricco il White, cioè Efisio Rocco Marras (figlio del grande Antonio Marras ed ideatore del nuovo brand *I'm Isola Marras*), in veste di Special Designer, che ha presentato una capsule collection di un totale di 30 pezzi chiamata *Walking Life*, e la stilista Sabrina Mandelli, con il suo brand SHEENA, che è stata protagonista insieme alla sua collezione di un Urban Catwalk, prima nella Sala delle Cariatidi di Palazzo Reale e poi in Piazza Duomo, durante il giorno di chiusura della fiera e della Fashion Week. Questo insieme di eventi ha così creato un'atmosfera di grande effetto, attirando un pubblico numerosissimo.

Come accennato in precedenza, le iniziative sono state rese possibili dall'accordo di sistema tra il Ministero dello Sviluppo Economico e il Comune di Milano, insieme al sostegno di ICE-Agenzia, Confindustria e Fondazione Altagamma. La cooperazione tra questi organismi ha permesso la realizzazione e la riuscita di una settimana della moda quasi inusuale, eppure capace di suscitare grande entusiasmo e successo in un mix di giovani talenti, supportati da CNMI, grandi stilisti, maestri dell'artigianalità italiana ed importanti temi trattati. Insomma, non è mancato nulla per una grande varietà di manifestazioni per visitatori, appassionati di moda e buyers provenienti da tutto il mondo, pronti a portare l'italianità e il prestigio dei capi Made in Italy nei loro Paesi d'origine.

© Riproduzione vietata