

# MFW 2021. Segnali di ripresa per il settore moda in un anno di passaggio fondamentale

scritto da Scenari Internazionali | 28 Settembre 2021



Dopo oltre un anno e mezzo di pandemia, la Settimana della Moda milanese è tornata finalmente a svolgersi in presenza, almeno in parte. Indubbiamente siamo ancora distanti dall'afflusso e dall'atmosfera che si registravano prima dell'emergenza Covid, tuttavia il settore ha iniziato a riprendersi in un 2021 che viene considerato dagli addetti ai lavori un anno di passaggio verso il progressivo ritorno alla normalità. La situazione, insomma, lascia ben sperare per il prossimo futuro. Scenari Internazionali, come era stato sino al febbraio 2020, ha seguito l'evento da vicino per saperne di più.

*di Mariacristina La Rosa*

MILANO – È stata una **Settimana della Moda** fitta di appuntamenti quella appena terminata. Dal 21 al 27 settembre scorsi, Milano è tornata così a riprendersi il suo ruolo di capitale internazionale di settore, con **204 appuntamenti** dedicati alle presentazioni delle collezioni **Primavera-Estate 2022**. Non è stata ancora un'edizione al 100% in presenza, come

prima della pandemia, ma una buona parte di eventi si sono **svolti dal vivo**, con un pubblico ristretto di addetti ai lavori, tornato ad assistere esibendo mascherina e green pass.

Puntando dunque sul formato *phygital*, la manifestazione ha messo in cartello **65 sfilate** (2 doppie), di cui 43 in presenza e 22 digitali, **98 presentazioni** (aperte o su appuntamento), di cui 77 in presenza e 21 digitali, e **41 eventi**, di cui 37 in presenza e 4 digitali. Chi non era presente in città ha comunque potuto assistere all'intero evento in **streaming** sulla piattaforma digitale creata appositamente dalla **Camera Nazionale della Moda Italiana**.

✘ L'atmosfera in città era forse sottotono ma comunque entusiasta e **ricca di spunti** per il fashion. Dai cartelloni in centro alle pensiline dei tram, sino alla file in attesa fuori dalle location, c'è stato tutto. Mancava, ovviamente, l'affluenza degli anni scorsi a causa principalmente delle **restrizioni**, che non permettono di spostarsi da un Paese all'altro con facilità. Sebbene lentamente, dunque, la **moda sta ripartendo** e questa settimana ne è stata la prova.

Chi è riuscito a raggiungere Milano ha partecipato ad eventi irripetibili. Dall'apertura del **Fashion hub**, con designer emergenti come **Tiziano Guardini**, **Gilberto Calzolari** e **Re-generations**, all'attesissima sfilata di **Roberto Cavalli**, che ha segnato il debutto del suo nuovo direttore creativo, lo stilista messinese **Fausto Puglisi**. Questa prima collezione è stata un successo, lasciando un segno importante nella storia del *brand* fiorentino. Tratti distintivi, anzitutto **stampe animalier**, uniti alle cifre stilistiche di Puglisi, come i **tagli audaci**. Dietro ogni abito c'era un pensiero: la piena affermazione della **libertà femminile**. Un vero e proprio spettacolo che ha chiuso la prima sera.

Nel secondo giorno, indubbio protagonista è stato **Emporio Armani**. Il marchio, nato nel 1981, ha celebrato il suo quarantesimo anniversario con una serie di appuntamenti e iniziative speciali, due sfilate e la mostra-manifesto *The way we are*, pensata per sottolineare lo **spirito dinamico e democratico** del marchio, interpretando il modo di vivere delle persone nelle metropoli. Un viaggio nella moda di Emporio, tra le diverse stanze, con capi che ne hanno segnato l'estetica, la leggerezza, la fluidità dei tagli e la morbidezza dei **movimenti cromatici**, oltre all'immane logo con l'aquila, simbolo di appartenenza. L'esposizione rimarrà visibile fino al 6 febbraio 2022 presso l'**Armani Silos**.

Non da meno l'evento **United Colors of Benetton** per il lancio della nuova capsule collection con **Ghali**, la presentazione degli abiti firmati dalla newyorkese **Tory Burch**, e i *fashion show* di grandi *brand* quali **Fendi**, **Alberta Ferretti**, **Max Mara**, **Genny**, **Etro**, **Blumarine**, **Tod's**, **Missoni**, **Prada**, **Elisabetta Franchi**, **Versace**, **Ermanno Scervino**, **Dolce&Gabbana**, **Philosophy**, **Giorgio Armani** e **Moncler**.

✘ Domenica 26, invece, è stata la volta di **Francesca Liberatore**, sempre alla ricerca di una sinergia artistica. Questa volta, per il suo defilé ha pensato di introdurre gli **ologrammi di Naumachia**: un modello di comunicazione originale e d'avanguardia, svoltosi in uno dei teatri più antichi di Milano, l'Odeon – The Space Cinema. Gli ologrammi hanno descritto e svelato la **preparazione del backstage**, accompagnato il passo cadenzato del *catwalk* all'esterno, presentato le modelle, i commenti, e l'intervista alla stessa Liberatore. La possibilità diventa verità.

Hanno poi debuttato per la prima volta con una sfilata **MM6 Maison Margiela, Luisa Spagnoli, Hui, Vitelli, Joy Meribe e Maison Alvine Demanou**.

Da segnalare anche **Milano Moda Graduate**, il concorso nato nel 2015 con l'obiettivo di onorare e promuovere i migliori studenti delle scuole di moda italiane a livello nazionale e internazionale, che ha dato la vittoria a **Gabriele Larcher**. Da parte sua, **Gucci** è entrato in calendario con l'apertura di **Vault**, lo store *on-line* dove venderà capi del passato personalizzati dal direttore creativo **Alessandro Michele**, insieme a proposte di giovani talenti.

Dopo questa ricca **carrellata di eventi**, chi pensava che la settimana milanese fosse ormai pronta a cedere il testimone a Parigi si è dovuto ricredere. Il 26 settembre, con uno show blindatissimo, è andato in scena l'inaspettato. I due direttori creativi **Kim Jones** e **Donatella Versace**, con le rispettive maison Fendi e Versace si sono scambiati i ruoli creando due collezioni dal nome **Fendace**. Sui capi ed accessori sfilati dalle **maggiori top model** riunite per l'occasione, il mix dei loghi si intersecano **diventando una cosa sola** e sancendo l'inedita unione di due case di moda tanto importanti, che segna l'amicizia e la collaborazione tra i due stilisti. Un momento che ha sorpreso piacevolmente tutti gli appassionati.

✘ Tirando le somme, le tendenze della prossima stagione estiva segnano la forte **emancipazione femminile**, con una donna che non ha paura di esporsi, vestendo abiti come **mini dress, minigonne**, spacchi vertiginosi, coraggiosi **cut out** e **crop top**, così come non teme di splendere a tutte le ore grazie a **capi abbelliti da paillettes** e decorazioni eccentriche quali piume e frange, onnipresenti in tutte le passerelle.

Il completo risulta inoltre molto gettonato sia nella classica versione in **total look** che con il **pantalone corto** e **giacca oversize**, resi particolari dagli accessori abbinati. Oltre le stampe, la *palette* per la Primavera-Estate 2022 si colora di toni naturali: **bianco, beige, ecrù**, in tutte le nuances. Con picchi sgargianti ed accesi, tra cui **giallo, fucsia, verde** e i pastelli più tenui.

Passando ai numeri, le stime segnano una **ripresa del settore moda**, con un fatturato stimato in crescita per la fine di quest'anno (+21%) per un

valore complessivo di oltre **83 miliardi** di euro. Una vera boccata d'ossigeno dopo la pesante contrazione (-24%) registrata nel 2020. Già nei primi cinque mesi del 2021, ad esempio, le **esportazioni** hanno fatto segnare un **aumento del 27,6%** in assoluto e del 34,3% considerando solo i Paesi extra-UE.

Certo, sono lontani i **livelli pre-Covid di presenza** in città nei giorni dell'evento. Ben pochi sono stati gli arrivi esteri, in particolare dall'Asia e soprattutto dalla **Cina**, Paese dove pure l'export ha fatto registrare ad inizio anno un **incremento del 93,9%**.

«*Sappiamo che è un anno di passaggio ma è comunque un anno importante*», ha commentato il presidente di CNMI **Carlo Capasa**. Anche per quanto riguarda il tasso di occupazione degli alberghi, il presidente di Federalberghi Milano, **Maurizio Naro**, interpellato lo scorso 22 settembre da AGI, aveva previsto un dato oscillante **tra il 60% e il 70%**, rispetto all'85% raggiunto piuttosto agevolmente prima del Covid. La ripartenza si fa sentire, ma ci vorrà del tempo per raggiungere quei numeri. Dati da record, invece, per il **White**. La fiera, nella stessa settimana, ha chiuso infatti con oltre **visitatori**, di cui l'85% erano buyer.

© **Riproduzione vietata di testi e immagini**