

Imprese

Made in Italy
Sfide capitali**Industria** Si prova a fare squadra in vista del grande evento che metterà al centro il capoluogo lombardo. La pellicceria la prima a muoversi

Moda & Milano Saloni uniti per battere la concorrenza Verso l'Expo dell'eleganza

Pronta a partire la fashion week dopo il successo di Micam e Mipel. Da Ferragamo a Tod's e Prada il sostegno alle pmi. Armani e i giovani

DI GIUSI FERRÉ

Sono momenti di prove generali a Milano. E se il primo tempo si è chiuso mercoledì 15 con il successo di Micam e Mipel visitati da circa 55 mila buyer, il secondo con la fashion week comincia martedì offrendo 70 sfilate, 88 presentazioni, 37 tra eventi, inaugurazioni, opening. A rappresentare bene lo spirito di questa edizione, che si sta strutturando per il grande progetto di settembre, definito «l'Expo dell'eleganza», è il debutto di The One Milano, che nasce dalla fusione di Mifur e Mipap, il mondo specializzato della pellicceria e quello della moda.

La storia

Norberto Albertalli, storico presidente dell'Associazione italiana pellicceria e dal 2005 presidente onorario dell'Asso-

ciazione internazionale, rivendica di essere stato tra i primi a fare squadra, come aveva chiesto l'ex presidente del Consiglio Matteo Renzi. «Ci ha dato la spinta per affrontare una società in cambiamento, che vuole proposte ad alto contenuto moda e di qualità assoluta. Nella nostra manifestazione presentiamo nomi storici, nuo-

ve realtà e grandi brand mandando in passerella un vero prêt-à-porter di pelliccia». 286 marchi si presentano al pubblico internazionale della fashion week a Fieramilanocity Rho e per la prima volta The One Milano realizza un show con otto griffe del made in Italy e tre New Talents internazionali, vincitori del concorso

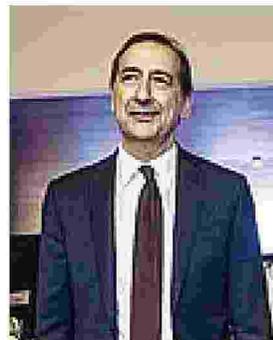
Remix 2017, che li hanno l'occasione di un primo incontro con le aziende e con il mercato nel quale desiderano lavorare. Questa attenzione a portare sotto i riflettori giovani designer e start up speciali caratterizza anche Mipel, il salone della pelletteria, che con la collaborazione della Camera nazionale buyer moda ha portato



Aziende Carlo Capasa, presidente Camera moda

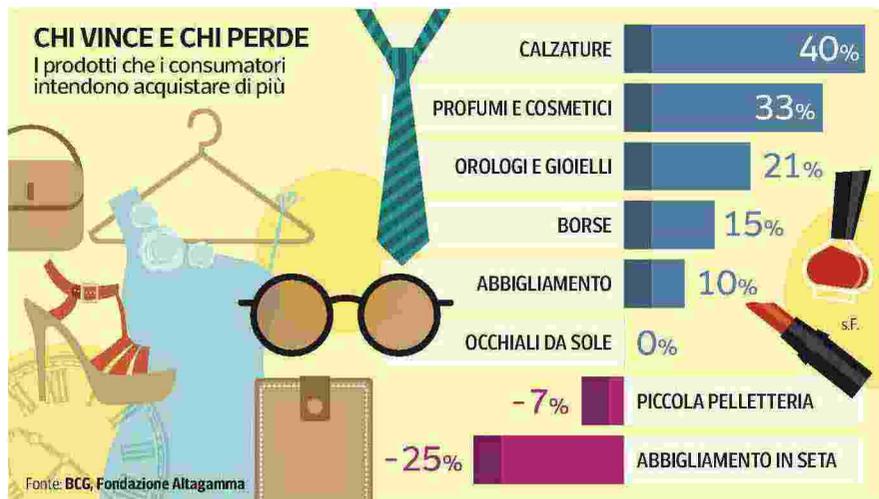


Governo Ivan Scalfarotto, sottosegretario MISE



Città Beppe Sala, sindaco di Milano





quattro innovativi e conosciuti concept store a unirsi ad altrettanti stilisti emergenti.

Le aree

Di particolare rilievo il progetto dell'area Scenario, in collaborazione con Camera moda, che coinvolge tre catene retail coreane e una americana. Particolarmente soddisfatto del Quintetto delle meraviglie che introduceva i visitatori al Padiglione 1 di theMicam è Carlo Capasa, il presidente di Cnmi, che ha sostenuto l'invito rivolto da Annarita Pilotti, presidente di Assocalzaturifici, a Fendi, Gucci, Prada, Salvatore Ferragamo, Tod's. «Per la prima volta presenti a una fiera internazionale — dice Capasa — con molta generosità hanno dato il loro sostegno alla manifattura e al nostro sistema di piccole e medie imprese».

La regia di Camera moda a sostegno dei nomi nuovi e del-

l'esportazione si è sviluppata attraverso una serie di alleanze inedite. L'impegno congiunto con White Milano, il salone della moda contemporary, fa sfilare il designer georgiano Situationist. Con Giorgio Armani, che ogni stagione ospita nel suo Teatro la sfilata di un emergente, porta a Milano Xu Shi. All'interno dell'UniCredit Pavilion di Piazza Gae Aulenti lancia la versione pop del Fashion hub market: ai quindici nomi italiani e stranieri selezionati per portare le loro collezioni di prêt-à-porter e accessori, aggiunge accoglienza, servizi, la possibilità per i visitatori di vedere i film del Fashion film festival.

Questa che sta per cominciare si annuncia come una settimana della moda giovane, «lavorando alle grandi novità di settembre» quando nello stesso periodo e con una sinergia mai vista prima, fiere, sfilate

ed eventi collaterali daranno vita a un appuntamento unico.

L'ipotesi è diventata definitiva dopo l'accordo firmato a Roma tra il Comitato per la moda e l'accessorio e il Comune di Milano. Saranno così presenti installazioni collegate a gioielleria, eyewear, tessile, cosmetica, che non possono essere presenti direttamente per questioni di calendario o perché realizzano le loro rassegne in altre sedi. Sarà Davide Rampello, come ha annunciato Ivan Scalfarotto, a curare la regia di questo appuntamento aperto alla città. Tema che conosce benissimo, avendo firmato per Expo in città Panorama, che raccontava l'eccellenza italiana, si impegnerà pro bono a questa operazione di marketing territoriale che vuole illustrare l'intera filiera dell'eleganza a buyer, turisti e cittadini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA