

M MODA



FASHION WEEK

«BELLO E BEN FATTO» SCELTA CHE FUNZIONA

Fra le giovani proposte della Fashion Week milanese da segnalare quella di Bartolotta&Martorana, brand disegnato da Simone Bartolotta e Salvatore Martorana, molto promettenti, per

una moda elegante ed emozionale al motto condivisibile di "bello e ben fatto". Grazie a Bali Lawl, ex top model e promotrice di giovani stilisti per A Coded World, sono riusciti ad emergere nel panorama milanese e ad attirare l'attenzione di un pool di investitori. La settimana milanese si offre come importante palcoscenico per confermare le attese.

DA MERCOLEDÌ A LUNEDÌ APPUNTAMENTO
A MILANO CON LE COLLEZIONI DEDICATE
A LEI PER IL PROSSIMO AUTUNNO INVERNO

S'ILLUMINANO LE PASSERELLE MA IL PENSIERO VOLA IN CINA



di Eva Desiderio

Mancheranno mille cinesi, tra buyer, stampa e addetti del settore, alla Milano Moda Donna, in arrivo da mercoledì a lunedì 24 febbraio con anteprima il 18 con l'apertura del Fashion Hub Market alla Permanente. L'effetto Coronavirus si abbatte pesantemente sulla Moda come si è già visto a New York e a Londra e come si vedrà a Milano e Parigi. In tutte le capitali della moda internazionale ci saranno molti posti vuoti ai defilé e nessun compratore cinese sarà negli showroom. «Lo scenario mondiale ci dà molta apprensione - dice Ferruccio Ferragamo presidente di Salvatore Ferragamo spa - non solo per la salute ma anche per il business. In questi giorni i nostri 43 negozi diretti in Cina sono chiusi, e così pure gli altri 23 fanno orario ridotto. So già che nessuno dei nostri clienti verrà alla nostra sfilata di Milano». Preoccupazione dunque ma anche tanta voglia di reagire al peggio che potrebbe venire, con rispetto e attenzione. Così hanno già dato forfait a Milano ai defilé brand come Angel Chen, Ricostru e la brava Hui, griffe che nelle ultime stagioni si sono fatti notare, come pure a Parigi sono tanti i marchi cinesi che hanno lasciato il Calendario della Chambre Syndicale come Masha Ma, Shiatzy Chen, Uma Wag, Maison Mai. Non è possibile finire le collezioni, non è possibile venire in Occidente per il blocco dei voli.

La Camera Nazionale della Moda reagisce in modo solidale e decide di far aprire la kermesse alla stilista cinese Han Wen, 26 anni, basata a New York, con un segnale forte e vero. «L'inclusione e la sostenibilità - racconta Carlo Capasa presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana - sono da sempre pilastri della nostra strategia e anche questa edizione di Milano Moda Donna è caratterizzata da una particolare attenzione a questi temi. In questo momento di difficoltà per la Cina abbiamo lanciato l'importante iniziativa "China, we are with you" per ribadire quanto sia importante costruire ponti e non muri. E per permettere a tutti coloro che non potranno essere a Milano di vivere l'esperienza della Fashion Week verranno trasmesse le sfilate in streaming e creati contenuti speciali ad hoc».

Mercoledì 19 febbraio, primo giorno della fashion week milanese, apre la kermesse il defilé di Gilberto Calzolari alliere della moda sostenibile ad alto tasso di riciclo, poi il bolognese Marco Rambaldi giovane talento che si sta affermando al top con importanti collaborazioni stilistiche, Arthur Arbesser che porta a Milano la sua cultura mitteleuropea e poi la forza possente di Gucci che sfilava nell'headquarter di via Mecenate dopo il trionfo del bilancio 2019 che ha chiuso a 9 miliardi e 600 milioni di ricavi. Poi tocca alla seduzione e alla leggiadria di Alberta Ferretti e alla contemporaneità di N.21 e di Jil Sander reduce dal successo dell'ultimo Pitti Uomo. Domenica 23 chiude il Calendario Giorgio Armani, come sempre generoso nel riuscire a trattenerne buyer e stampa internazionale a Milano. Showrooms aperti per tutta la settimana con piene di presentazioni anche per gli accessori, con Patrizia Pepe, Moon Boot, Brunello Cucinelli, Gentryportofino, Simonetta Ravizza, Lancel, The Bridge, United Colors of Benetton, Santoni, Emilio Pucci, Baldinini, Doucal's, Hogan, Herno, Elevanty, Pollini, Borsalino e tanti altri.



La modella Lea T in una sala del Palazzo dell'Arengario (foto by Stefano Guindani) è la protagonista della campagna di comunicazione voluta dalla Camera Nazionale della Moda Italiana in collaborazione con il Comune di Milano e Yes Milano; la Fashion week sarà aperta martedì con l'inaugurazione del Fashion Hub ospitato, per la prima volta, presso il Museo della Permanente in via Turati

Da sinistra in alto, in senso orario: Giorgio Armani (Coppi and Barberi), Maria Sole Ferragamo, Moncler Genius (by Coppi and Barberi), Prada (by Cenni and Barbieri), Roberto Fausto Pirelli (by Cenni and Barbieri), Fendi hanuette (by Cenni and Barbieri)