

Sfilate, eventi e talenti Le giornate della moda trasformano Milano

La rassegna. In vetrina le collezioni primavera-estate
In agenda 60 defilé, 80 presentazioni, 44 eventi
Serata clou sulla sostenibilità con i Green Carpet Award

MILANO
SERENA BRIVIO

Al via fra una decina di giorni (18-24 settembre) la fashion week milanese dedicata alle nuove collezioni donna per la primavera-estate 2018/2019.

Il calendario prevede 60 défilé, 80 presentazioni, 2 presentazioni su appuntamento e 44 eventi in calendario, per un totale di 165 collezioni. Mancano nomi eccellenti come Gucci che ha deciso di sfilare a Parigi anche se Marco Bizzarri, presidente e Ceo del brand ha promesso che la doppia G tornerà nella metropoli lombarda a partire dallo show di febbraio 2019.

Tra le new entry: Agnona, Fila, A.F Vandervost - che per l'occasione presenterà una reinterpretazione delle collezioni degli ultimi 20 anni e il libro di celebrazione dell'anniversario -, ACT N.1, Ultràchic e Chika Kisada. Questi ultimi tre sfileranno grazie al supporto di Cnmi, come anche Francesca Liberatore.

Fa il suo ingresso anche Tiziano Guardini, vincitore del premio "Franca Sozzani GCC Award for Best Emerging Design"

al Green Carpet Fashion Awards Italia 2017, di ritorno Byblos, Iceberg e Philipp Plein.

Ad aprire la prima giornata di passerelle ci sarà anche Moncler, con un nuovo capitolo del progetto Genius.

Dopo il grande successo della prima edizione, domenica 23 settembre presso il Teatro alla Scala avrà luogo la seconda edizione dei Green Carpet Fashion Awards Italia, 2018. L'evento, realizzato da Camera Nazionale della Moda Italiana in collaborazione con Eco-Age e con il supporto del Ministero dello Sviluppo Economico (Mise), Ice Agenzia e del Comune di Milano, celebrerà i valori della moda sostenibile e l'impegno del sistema moda.

Anche per questa edizione lo Spazio Cavallerizza sarà Fashion Hub di Milano Moda Donna e riunirà in un unico spazio vip lounge e Fashion Hub Market. Fashion Hub Market è il progetto Cnmi a sostegno dei giovani talenti che quest'anno giunge alla settima edizione e presenterà le collezioni di 13 designer internazionali. Saranno presenti anche i

12 finalisti dell'International Woolmark Prize 2018/19, progetto creato da The Woolmark Company nel 1953 per celebrare new stylist di tutto il mondo mostrando la bellezza e la versatilità della lana Merino, fibra naturale, rinnovabile e biodegradabile.

«Ci aspetta una fashion week intensa e ricca di appuntamenti, non solo sfilate ma anche eventi e tantissime presentazioni di giovani brand. È bello vedere come questi talenti emergenti stiano crescendo e performando bene. Sarà una settimana che coinvolgerà tutta la città, con installazioni ed happening dedicati al pubblico che avranno come fil rouge il tema della sostenibilità. Ci immergeremo in una Milano sostenibile, in una settimana che culminerà con la seconda edizione dei Green Carpet Fashion Awards Italia, 2018. La vivacità del settore è testimoniata anche dai dati economici che vedono per l'anno 2018 una crescita del 2,8% e una previsione di fatturato che sfiora i 90 miliardi di Euro» ha dichiarato ieri Carlo Capasa, presidente Cnmi.



Carlo Capasa, presidente della Camera nazionale della moda



La presentazione della collezione di Moncler

Moncler 1952 Rivisitazione dell'heritage del brand

Ieri il lancio di Moncler 1952 in tutti gli store. Il brand, nato in un piccolo villaggio di montagna dell'Alta Savoia, oggi è un brand globale che negli anni, pur preservando le sue origini, è diventato un marchio completo, con un appeal metropolitano.

Collocata in questo arco temporale, la collezione Uomo/Donna è una vivace rivisitazione pop dell'heritage del brand. Protagonisti indiscussi, il logo e il piumino - in due parole Moncler - messi al centro della scena per sottolineare lo spirito pop e l'intensa energia dei capi.

A svolgere la funzione di vivo sottotesto, Moncler è raccontata nella sua posizione di brand trans-generazionale: il logo diventa macro per attirare subito l'attenzione sui piumini in nylon laqué e opaco, proposti in colori vitaminici come l'arancio, l'azzurro, il rosso in tutte le sue sfumature, il viola intenso e il verde.

Sui piumini e le cappe, fanno la loro comparsa texture con toni diversi o colorate fantasie grafiche a mosaico e motivi di ispirazione Navaho. A definire il tutto, l'anima sportiva del brand: capispalla, maglioni, sciarpe imbottite.

In sintonia con lo spirito pop, invece, le scritte a grandi caratteri su T-shirt e felpe ricordano i nomi di leggendarie località sciistiche come Sankt Moritz, Aspen, Gstaad, Zermatt e Megève. Infine, le strisce come applicate a rilievo richiamano la cultura degli anni '80.

L'assessore regionale visita Cometa «Realtà modello nella formazione»

L'incontro

Tour nella sede di via Madruzzo poi a Cernobbio per lo Iath

Una visita a Como per toccare con mano la realtà di Cometa. L'assessore regionale all'Istruzione, Formazione e Lavoro, Melania Rizzoli, ha visitato ieri la struttura di via Madruzzo, incontrando i ragazzi e gli operatori di Cometa e sperimentando da vicino le attività formative, con attenzione all'offerta della struttura e della scuola.

La visita, nata da un invito di Cometa all'assessore per conoscere la realtà del nostro territorio, ha portato a un incontro di conoscenza reciproca con lo staff di Cometa, a partire dal Ceo Alessandro Mele, prima di una tappa a Cernobbio in visita allo Iath (International Academy of tourism and hospitality), realtà cresciuta in partnership, tra gli altri, anche con Cometa Formazione: «Sono molto felice di essere venuta qui a toccare con mano una realtà di questo tipo - ha spiegato Rizzoli - raddoppierò il mio impegno per sostenerla». La visita ha portato l'asses-

sore a conoscere la scuola Oliver Twist di Cometa, con percorsi professionali in ambito tessile, legno e ristorazione, l'associazione e tutte le offerte della struttura, con i servizi di affido diurno e residenziale, aiuto allo studio, formazione professionale, accompagnamento al lavoro e sport: «È un'attività importantissima - ha precisato Rizzoli - svolta da una realtà meravigliosa e terapeutica che è in grado, per i ragazzi con difficoltà, di guarire le patologie dell'animo con lavoro e socialità, aiutando la creatività dei giovani, capendone le potenzialità e coadiuvandone la cultura».

Attraverso la formazione, Cometa, sottolinea Rizzoli, «forma i ragazzi sul campo e li indirizza verso un mestiere. Ho visto realtà come la falegnameria, la realizzazione di tessuti, tutte attività che possono essere il futuro di questi ragazzi che, già in età scolare, sono inseriti in un mondo lavorativo che permetterà loro, in futuro, di trovare un'occupazione più facilmente, con i mestieri manuali che sono il futuro e che portano in alto il Made in Italy». Sull'appoggio dato ai ragazzi in affido, Rizzoli sottolinea: «Qui trovano una realtà che funge da guida e li ac-



L'assessore Melania Rizzoli con lo staff di Anagramma, dietro da sinistra il vicesindaco Mariangela Ferradini, Alessandro Mele, Paolo Binda, il sindaco Matteo Monti e Marcello Bettaglio di Anagramma

■ «Molto felice di avere avuto l'occasione di toccare da vicino questa esperienza»

■ «Tessuti e falegnameria. Ho visto una formazione che funziona»

compagna mano nella mano nel mondo del lavoro, un'attività decisamente non da poco».

La visita a Como è stata anche l'occasione per conoscere le attività di Iath, in un luogo, Cernobbio, di forte interesse a livello turistico: «È una realtà di formazione che andrebbe fatta conoscere all'esterno, un modello che andrebbe esportato». All'incontro a Cernobbio era presente anche il sindaco Matteo Monti che ha puntato sull'importanza dell'istruzione e del turismo, con la creazione di sinergie tra pubblico e privato.

E. Rod.



Starbucks è brianzolo

Verde in piazza. Il verde made in Brianza protagonista del debutto di Starbucks in piazza Cordusio. Che ancora una volta ha scelto Nespoli Vivai di Carugo. Dopo le palme nell'aiuola in piazza Duomo, la catena per il suo esordio in una Milano sempre più città del mondo ha deciso di puntare anche sulla cornice green. Così ieri gli avventori hanno potuto gustare le scelte dell'architetto Marco Bay e dell'azienda brianzola. «Ha lavorato - spiega Luca Nespoli - lo stesso staff di piazza Duomo. C'è il glicine che ricopre tutti i gazebo». La wisteria appagherà gli sguardi in primavera. Mentre ci sono una sessantina di sfere di abelia rupestris dal diametro di un metro, che offriranno una fioritura bianca d'estate, molto prolungata.