

STILI&TENDENZE**Milano
moda donna
sostiene
i Millennials**

Marta Casadei > pagina 13

Milano. Durante la fashion week il sostegno della Cnmi ai giovani, da Yoox le collezioni dei The Next Talents

Gioco di squadra sui talenti

Capsule di borse da viaggio Moreschi con tre studentesse Marangoni

Marta Casadei

In un sistema moda che oggi si focalizza sui desideri, sulle esigenze e sulle abitudini di shopping dei più giovani, i Millennials che vogliono proporsi come attori del sistema moda e non solo come consumatori cercano il proprio spazio sotto ai riflettori. Uno spazio difficile da conquistare, in un settore in cui la competizione è agguerrita e globale. Ad aiutarli, sempre più spesso, istituzioni e aziende con azioni e progetti che vedono nell'accompagnare i giovani talentuosi al successo una strategia vincente.

Da qualche anno a questa parte il calendario della Milano fashion week è costellato di presenze under 40 ben distribuite nei sei giorni della manifestazione: da Vivetta Ponti a Marco De Vincenzo, da Stella Jean ad Arthur Arbesser.

La Cnmi, per questa edizione, ha supportato direttamente alcuni nuovi ingressi internazionali: Situationist, che ha sfilato venerdì in collaborazione con White, Xu Zhi, che ha presentato la sua collezione con il sostegno di Giorgio Armani, e Calcatera sono solo alcuni.

Ai talentuosi che non hanno ancora la "forza" di sfilare è dedicato il Fashion Hub

Market, giunto alla quarta edizione. Questo format, una sorta di showroom per emergenti, ospita all'Unicredit Pavilion 15 giovani designer internazionali selezionati dalla Cnmi: Kalyah, della saudita Nora Aldamer, Davide Grillo, Visone, la georgiana Lalo Dolidze, Outlaw Moscow. Tra di loro c'è anche Marco Rambaldi, emiliano, ex studente Luav e già vincitore del progetto Next Generation 2014 di Cnmi: «Sono tornato a concentrarmi sulla mia collezione dopo due anni nell'ufficio stile di un grande brand: un'esperienza che mi ha permesso di crescere e acquisire competenze. Ora sto cercando un produttore».

Un altro vivaio di talenti è quello coltivato da Yoox in collaborazione con Vogue Italia: The Next Talents presenta una rosa di designer di abbigliamento - maschile come Carlo Volpi, femminile come Brognano di Nicola Brognano e kids come La Bottega di Giorgia, marchio di Giorgia Totaro - e di accessori come le borse di Pugnetti Parma, firmate da Filippo Pugnetti. Le collezioni P-E 2017 e A-I 17/18, oltre ad alcuni pezzi creati ad hoc, sono stati presentati a Palazzo Morando e, in contemporanea, sono stati messi in

vendita in una sezione dedicata di yoox.com.

Le aziende, come già detto, sono in prima linea nella ricerca di nuovi talenti creativi che possano portare nuova linfa in strutture storiche e, insieme, fare da ponte con i consumatori Millennials. Così se giganti come Lvmh hanno istituito i propri premi - tra i 21 finalisti 2017, annunciati la scorsa settimana, non c'è però nemmeno un italiano - le aziende del made in Italy puntano su progetti concreti e locali.

Moreschi, per esempio, ha presentato durante la fashion week il frutto del progetto Enhancing New Talents» che ha coinvolto tre studentesse del corso in Fashion Design dell'Istituto Marangoni: ne sono nati prodotti che ripensano la tradizione in modo funzionale ed elegante. Per le aspiranti designer si è trattato di un'esperienza importante: «Per me è stato il primo contatto con un'azienda - spiega Dorian Santamaria, che ha creato una capsule business traveler da uomo - e ho trovato davvero stimolante il dialogo con i modellisti e tutte le persone che rendono possibile l'effettiva creazione di un prodotto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA