

Puntaspilli

Milano in versione extra large, si apre la «fashion week»

Maria-Vittoria Alfonsi

In un periodo quantomeno grigio, nel quale le notizie sembrano gareggiare nell'essere orribili, uno sprazzo di sereno -roseo, ottimista- viene offerto dal settore tessile-abbigliamento: al secondo posto nelle esportazioni. Tra gennaio e maggio il nostro export moda ha registrato il + 8%.

Basti poi ricordare, fra le ultimissime, il risultato straordinario di Ente Moda Italia -protagonista di stile e moda- al Centerstage di Hong Kong e, dopo pochi giorni, in Kazakistan; il successo, a Pechino, di Diesel: con un grande evento "rivoluzionario" nell'abbigliamento. Passando agli USA, ricordiamo la prossima apertura di una nuova grande boutique di Chiara Boni a Los Angeles. Tornando in Europa, ecco un ulteriore successo: a Mosca, ottenuto da Damiani con la mostra dei suoi gioielli. Il tutto, mentre apprendiamo che si è raggiunta una doppia cifra nelle vendite in Giappone e Cina, e per il gennaio 2018 si prevede una grande operazione di e-commerce col colosso cinese Alibaba: un padiglione Italia che riunirà 146 negozi di marchi italiani. E che dire del successo ottenuto dalla stupenda sfilata Emporio Armani a Londra?

In questo 2017 roseo per il tessile-abbigliamento, ecco quindi Milano: grande star dell'olimpico creativo. Viva, elettrizzata ed elettrizzante -anche se non mancano i bla-bla tradizionali nei grandi eventi, accentuati per le importanti innovazioni che la vedono al vertice con XL: da alcuni definita Extra Large, da altri Excellent, se non festa della creatività; altri ancora suggeriscono di lasciar stare le feste, ricordando che sarebbe più consono dire «Milano XL eccellenza (o esaltazione) della creatività».

Milano XL, dunque, con le sue sette grandi installazioni realizzate con la direzione artistica di Davide Rampello, così -come ha detto Claudio Marenzi, presidente di Pitti Immagine, Confindustria Moda e Sml-Sistema Moda- da esprimere

in tutta la sua importanza, anche attraverso momenti culturali, il nostro essere l'industria del bello.

Un settimana della moda che si è aperta, nella Sala Parlamentino di Palazzo Giureconsulti, con la interessante conferenza stampa dell'Arabian Fashion Council (Camera della Moda che -con sede a Dubai- rappresenta 22 Paesi della Lega araba), cui è seguito l'importante "Chi è Chi Awards", premio ideato da Cristiana Schieppati e organizzato da Crisalide Press col patrocinio della Regione Lombardia e del Comune di Milano. Tenutosi nella stupenda Sala Azionisti del Palazzo Edison, il premio, quest'anno, ha avuto come tema «Millennials VS Bloggers- La Moda nell'Era #Digital»: argomento di stretta attualità, con protagonisti i marchi e le aziende che hanno maggiormente investito in questo settore, scelti grazie ad un accuratissimo lavoro di ricerca di una giuria tecnica.

Una settimana che -dopo le 63 sfilate di Milano Collezione, numerosissime presentazioni extra calendario, gli importanti Saloni "White" e "Super, e le installazioni di XL- si concluderà con una grande serata alla Scala, nella quale dovrebbero alternarsi momenti di spettacolo (in collaborazione con l'Accademia del teatro alla Scala) e premiazioni a giovani stilisti col "Green Carpet Fashion Award", per la moda sostenibile.

"Green Carpet" alla Scala...ed ecco che vi è chi commenta «...speriamo che poi non rappresentino opere di Joseph Greens»: è vero, nel linguaggio anglofilo dilagante non si ricorda che vi è, sì, il Red Carpet, ma è «nato» in America. Inoltre, vi è anche chi dice: «Green Carpet, tappeto verde, speriamo che a questo Casinò sbanchino». Ancora ironia (o humour?) non mancano.

Chissà, oggi, cosa dovrebbero scrivere Giovanni D'Anzi e Alfredo Bracchi: «...but Milan, it is a great Milan»? Ma no: «lassa pur ch'el mund el disa, ma Milan l'è un gran Milan».

Sempre (o ever?) più grande.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

