

La locandina della XVII edizione

AltaRomAltaModa giunge alla **XVII edizione** dal 10 al 14 Luglio, sotto la nuova presidenza di *Silvia Venturini Fendi* . In pochi mesi non è possibile dare un viraggio completo ad una manifestazione che fino ad ora non ha trovato una sua giusta collocazione e configurazione all'interno del mondo della Moda. Certamente è presto per esigere cambi importanti nella struttura e sviluppo della manifestazione.; il calendario, per altro atteso lungamente, non evidenzia novità interessanti. Ci si attende però che con il passare dei mesi Altaroma trovi il modo di attirare grandi nomi italiani, ma soprattutto stranieri; perché Roma ha tutti i requisiti per attirare con le sue "possibili" e storiche location nomi nuovi ed internazionali.

Il **Complesso Monumentale S. Spirito in Sassia**, con gli evidenti limiti imposte delle storiche sale, rimane il quartiere generale dalla manifestazione. Ma c'è chi ha preferito location diverse, come Riva e Gattinoni e ciò fa pensare.

Riconfermano la loro preferenza per Roma**,** i nomi consolidati delle ***Maison*** storiche: **Sarli, Curiel, Gattinoni, Riva, Balestra**. Dal come di consueto **Abed Mahfouz**, ma vedremo anche le **Tony Ward, Rami al Ali.** Torna anche **Nino Lettieri** sulle passerelle di **AltaRomAltaModa.**

Secondo polo di svolgimento continua ad essere il **Tempio di Adriano che**, ospita un **tributo** a uno dei grandi della moda italiana e internazionale: **Roberto Capucci** con un pre-opening il 9/VII e apertura fino al 14/VII**.** Un'ambientazione interattiva ispirata agli abiti scultura del grande maestro che si inaugura, un'esposizione che vede protagonisti l'artista Maurizio Martusciello in collaborazione con Mattia Casalegno**.**

Terzo polo **la Pelanda al MACRO TESTACCIO.** Ospiterà l'evento,un focus sulla creatività

che vuole identificare il cammino progettuale di Altaroma nei prossimi tre anni. **”** **Limited/Unlimited** – **AltaRoma**: **The new italian Landmark”**, progetto espositivo tra arte e artigianato sul tema del ricamo, che vede protagonisti i uniti dal tema della ricerca e dell’artigianalità per sottolineare i nuovi valori del lusso e la capacità di produrre capi dal carattere unico e insieme iconico.

La forza di questo progetto risiede tanto nella capacità di valorizzare l’identità e la vitalità creativa di ogni singolo stilista, quanto nel **sottolineare l’importanza** del gruppo, “movimento” di una nuova corrente estetica**.** Filo conduttore, l’opera di una artista Maurizio Anzeri, che rappresenta attraverso il mezzo espressivo del ricamo il crossover simbolico tra il design creativo contemporaneo e la tradizione della manualità artigianale.

Rimane da citare l’ormai consueto **Who is On Next?** il concorso organizzato da Alta Roma in collaborazione con Vogue Italia, che ha come obiettivo la ricerca e la promozione di giovani talenti creativi del panorama nazionale ed internazionale. Un progetto indirizzato specificatamente a coloro che nel mondo della moda già vantano una propria produzione e si confrontano con le dinamiche di mercato rappresenta sempre più il trampolino di lancio sicuro per guadagnare visibilità, opportunità produttive e commerciali. Ed è considerato come uno tra i più autorevoli concorsi per la scoperta di nuovi talenti. **10 i finalisti** di quest’anno di diversa provenienza geografica, divisi tra prêt-à-porter e accessori, due settori decisivi per il comparto moda e l’economia italiana.

Da non dimenticare lo spazio dedicato il mercoledì 14, giornata conclusiva, agli show degli allievi delle accademie di Moda.

E poi progetti minori. Maison Franco Litrico e Fabio Quaranta presenteranno la mostra laboratorio di alta sartoria ‘JFK’, rielaborazione della giacca che Angelo Litrico fece per John

Fitzgerald Kennedy nel 1963. Sono scomparsi quindi i progetti Fashion on paper e meno enfasi è posta al progetto Ethical Fashion.

In sintesi le linee che sembrano emergere dalla presente edizione, rimarcano ciò che già è stata la linea conduttrice delle precedenti. Attenzione e promozione dei giovani, attenzione e promozione della artiginalità, rapporto tra moda e avanguardie; ma tutto ciò è ancora troppo alla stadio embrionale, andrebbe sviluppato. Ma ciò che evidentemente manca alla manifestazione è la capacità di richiamare altri grandi nomi, quelli presenti sono pochi; e ciò porta come conseguenza l'assenza della stampa internazionale: insomma un serpente che si morde la coda e non riesce ad avanzare.

Al link il Calendario