Comunicazione sempre più stretta tra moda e cibo



Diego della Valle

Si è tenuta in anticipo di qualche mese -generalmente si svolge in autunno, ma, per farla dialogare meglio con **EXPO 2015**, si è preferito adeguarla ai suoi tempi- l'edizione speciale 2015 di **MILANO FASHION GLOBAL SUMMIT**, l'evento organizzato da Class Editori in collaborazione con **Camera Nazionale della Moda Italiana**, **The Wall Street Journal Europe** e **Bank of America-Merrill Lynch**.

Il primo giorno di questo mese di luglio, nel bellissimo e accogliente spazio che la Triennale riserva solitamente a incontri di tale spessore, si sono succedute sul palco voci di personaggi autorevoli a testimonianza della capacità di interazione di due colonne portanti del Made in Italy.

"MANGIA COME TI VESTI", il titolo scherzoso e vagamente provocatorio della manifestazione. "La rivoluzione sostenibile della Moda che conquista il Food", il sottotitolo di questo quindicesimo simposio internazionale.
"Sul piatto" non solo discorsi volti a trovare volti nuovi del business che può scaturire dall'interazione tra i due mondi, ma anche -e soprattutto- discorsi mirati alla ricerca degli aspetti etici e culturali che ne possono derivare.

"Qualità e sostenibilità sono le parole d'ordine di chi oggi guarda a questi mercati, perché ***Fashion e Food*** *non condividono solamente la stessa iniziale ma costituiscono un'eccellenza italiana nel mondo che vedono avvicinarsi, sempre più, strategie e mercati di riferimento".*

Numerosi e molto interessanti gli spunti dei vari relatori. E proprio "**Sostenibilità"**

–insieme a **“Solidarietà” e “Bellezza”**– il termine più pronunciato e più ricorrente.
Parole ascoltate che sono rimaste impresse per pulizia di pensiero, per phatos dimostrato, per visione sincera.
-*“Un’edizione più nazionale del solito”,* ha dichiarato in apertura di mattinata **PAOLO PANERAI**, CEO ed Editor in Chief di Class Editori SPA,*“Un connubio importante quello tra cibo e moda, una coralità che cresce. I doveri di chi è all’apice dell’eleganza devono porre l’attenzione ai riti fondamentali del vivere: ci si alza, ci si veste, ci si nutre. E occorre farlo in maniera sostenibile”.*

-*“Sostenibilità è tema secolare -e sempre più importante- da portare avanti con chiara determinazione”*, ha ben esplicato **DIEGO SELVA**, responsabile dell’Investment Banking of America Merrill Lynch.*“Allacciamenti, contaminazioni, parallelismi. Per crescere e per far crescere. Perché tutto questo porta frutto, non solo in termini di fatturato, e perché ci aspetta un futuro con una rapidità di cambiamenti mai avvenuta prima e aumentano sempre più velocemente gli investimenti sui temi della sostenibilità -occorrerebbe dare un “pedegree” alle aziende sostenibili!-. Inoltre i consumatori di domani mostrano sempre più interesse per i temi sociali”.*

–*“Tema del futuro -da tutti i punti di vista- da cui è impossibile prescindere”,* ha sottolineato **CARLO CAPASA,** Presidente entrante di Camera Nazionale della Moda Italiana*. “Come ci si veste -come si dorme, come si arreda la casa, come si mangia- rappresenta anche uno “stile di vita”*. Difronte a una platea interessata e ansiosa di conoscerlo nella sua nuova “veste” -in prima fila, in elegantissimo abito chiaro, il Presidente uscente Mario Boselli, sorridente e felice di essere lì- ha rassicurato tutti quanti sull’appoggio da parte di CNMI per quanto riguarda il Documento sulla sostenibilità.

-*“È necessario uno sforzo da parte di tutti per valorizzare un lavoro che ha basi di partenza già “certe”,* ha spiegato con ottimismo **LUCA CORDERO DI MONTEZEMOLO**. *“C’è così tanta “fame di Italia” nel mondo da far sì che si debba rispondere con responsabilità a questa richiesta”.*

-*“La sostenibilità non è altro che “solidarietà”,* ha affermato **DIEGO DELLA VALLE.***“Bisogna aiutare il territorio e l’imprenditore deve essere il primo ad usare il buon senso e a capire come distribuire tra “chi ha e chi non ha”. Occorre comprendere ciò di cui ha bisogno la famiglia, nodo centrale di ogni società e agire in quel “cuore”, in quel contesto. Un’azienda importante “deve” restituire un pezzo della fortuna avuta per far star bene tutti. Qualità, tutoraggio (i vecchi devono, in una filiera virtuosa, insegnare ai più giovani), lungimiranza (i bancari/banchieri devono tornare a fidarsi guardando in faccia la gente!)”.*

Guido Barilla

–**“BUONO PER TE: BUONO PER IL PIANETA”**, il motto illustrato con pacata energia da **GUIDO BARILLA**.*“È fondamentale fare investimenti su larga scala per contrastare i tre temi più urgenti riguardo al cibo: l’ obesità e la fame nel mondo, le malattie croniche a partire dall’alimentazione, lo spreco assurdo (si butta tanto cibo quanto il proprio peso!).La scienza va seguita, ma con buon senso e si deve credere nel valore della generazionalità “buona”, quella che sa portare avanti quel che si è costruito. La cucina italiana, come la moda, è un vero passe-partout*

per procedere e il cibo, come il tessuto, è materia viva che viene percepita come tale se c'è dietro onestà di intenti in chi vi scommette".

-*"Tantissimi i legami tra moda e comunicazione",* ha asserito **MICHAEL BEUTLER**, Director of Sustainability Operations nel gruppo Kering. *"Esiste un fortissimo legame con la terra sia nel produrre tessuto, sia cibo, sia cuoio".*

-Simpatico il confronto sul "Food 2.0" tra starchef americani e italiani.
"Troppo stress attorno al tema del cibo", ha "confessato" **FILIPPO LA MANTIA**, chef -cuoco, ama definirsi lui!- palermitano dall'approccio molto diretto e amante della cucina "di famiglia*". "Non si rispetta più il lavoro che c'è "dietro" un piatto e tutti vogliono sapere tutto. Si deve incoraggiare la filiera in tutti i suoi passaggi e si deve privilegiare l'aspetto "accogliente" del locale. I cuochi devono smetterla di farsi vedere in tv e devono tornare in cucina. Il "cuoco-star" deve farsi un po' da parte per valorizzare l'operato di tutti. E questo credo valga anche per gli stilisti e la moda".*

-Magnifiche le sentite testimonianze di **RENZO ROSSO** -"re" di Diesel, brand di culto in tutto il mondo e del gruppo OTB- e d**i FABIO BRESCACIN** -fondatore di EcorNaturaSì S.p.A. e principale distributore al dettaglio di prodotti biologici e biodinamici-.

Comuni gli intenti etici dei due personaggi impegnati insieme per creare *"un unico stile di vita".*

"Curare la terra poiché essa è la fonte della vita morale. I consumatori hanno il diritto di chiedere cibo sano e di capirne la derivazione. La responsabilità sociale è fortissima e deve diventare garanzia della missione", ha pronunciato con enfasi Brescacin.

"Tutto va verso la condivisione. Fare fondazione vera porta a risolvere i problemi e rende la vita migliore, la umanizza, la celebra. Vestire bene è importante come mangiare bene, è dare risalto a tutto ciò che vi è di pregresso", ha ribadito Rosso.

Piacevole ascoltarli e riconoscere loro meritati applausi.

-Interessante e capace di suscitare emozione l'intervento di **ILARIA VENTURINI FENDI**, ultima delle tre famose sorelle nate e vissute tra sartorie e laboratori.
"Ho imparato a utilizzare codici etici per narrare la moda, dopo un periodo di crisi di identità nel lavoro che svolgevo", ha raccontato con voce timida ma ferma. *"Ad un certo punto è prevalso in me l'antico amore per il contatto con la terra e ho iniziato a lavorare con i materiali di recupero creando accessori moda -l'ufficio stile è nell'azienda agricola acquisita a suo tempo-. È nato così CARMINA CAMPUS, un progetto a spreco zero dove il punto di partenza è sempre il materiale riconvertibile in altro. E tutto ritrova il suo posto".*

Stella Jean

Bellissima sul palco, con la classe che la contraddistingue e con la sua figura regale, **STELLA JEAN**, la giovane stilista di origini italo-haitiane che a Roma, dove è nata e lavora, macina collezioni sempre stupefacenti e uniche.
"Amo definire Métissage quel che esce dalla mia fantasia. Un insieme di retaggi culturali delle mie radici e di suggestioni ricche di bellezza e armonia tipiche dell'Italia. In me c'è il desiderio di continua trasversalità tra popoli, paesaggi, combinazioni storico-culturali differenti. Lo stile

senza tempo delle mie "creature" riflette questa mia passione e ritengo occorra aprirsi senza negoziare la propria identità. Il processo di un abito inizia lontanissimo e per raccontarlo ci vuole un tempo molto lungo. Bisogna introdurre in esso l'anima".

Nel suo progetto ITC Ethical Fashion Initiative, Stella sposa l'idea di favorire la realizzazione di prodotti artigianali di lusso eticamente sostenibili al 100%.

Chiudo infine questa carrellata di voci riportando quella piena e incisiva di **DAVIDE RAMPELLO**, eclettico e vulcanico come sempre. Vibrazioni non indifferenti nel sentirla, nell'ascoltarla. Corde robuste a legare l'attenzione. Argomenti forti proprio perché veri.
"Il tema di EXPO 2015 è il più importante fra quelli di tutti gli EXPO organizzati finora. L'uomo è spinto alla conoscenza, conoscenza che a sua volta porta alla coscienza. Nel padiglione zero di Expo ho voluto realizzare una sceneggiatura che sottolineasse proprio questo, per provare a rimettere a posto quella frattura che l'uomo, distruggendo la natura, ha creato anche con se stesso. È dall'antico rispetto di noi stessi che nasce il rispetto per il creato ed è riacquistando la memoria del passato che possiamo produrre arte, cultura, scienza. Dal concetto della parola "bello" -kalós- riusciamo ad arrivare a quell'armonia che ci permette di ammirare il "fare". L'Italia è profondamente ricca di armonia e sa dare forma alla forma persino partendo dalle parole -quelle d'amore bisogna conoscerle, per pronunciarle!-. Con questa Expo e il suo tema "alto" si lascerà un'eredità buona. Si renderà concreto il sogno: "concreto", da cum credere, credere tutti insieme a quel che sappiamo ben fare e che può essere trasmesso dopo di noi".

Comunicazione sempre più stretta tra moda e cibo