Gran finale di Milano Moda Donna dedicato ai giovani



Tavolo dei relatori - Courtesy CNMI

Il Milano Fashion Center ha aperto le porte ai giovani con un incontro a loro dedicato a conclusione della fashion week meneghina. L'intento della Camera della Moda forse era quello di offrire un dibattito acceso del tipo dopo festival, di fatto l'iniziativa ha invece mantenuto un clima abbastanza rilassato, riscuotendo però molto successo, vista la soddisfazione di un pubblico straordinariamente giovane. Tantissimi infatti gli studenti di scuole di moda e corsi di specializzazione presenti.

L'evento ha visto inoltre l'intervento di molti relatori quali il **Cavalier Boselli**, presidente di CNMI, gli assessori del Comune di Milano **Bernardi** e **Terzi**, **Barbara Nerozzi** (Direttore della Libera Università delle Arti di Bologna), i vincitori dell'Incubator **Chicca Lualdi** e **Andrea Turchi** e dulcis in fundo i grandi stilisti di **Frankie Morello**. Un'occasione di racconto da una parte, di ascolto dall'altra molto apprezzata dalle nuove generazioni delle moda.

Superate le amarezze per un calendario sfilate che non lo ha mai convinto, il **Cavalier Boselli,** con il suo solito spirito di ottimismo, ha innanzitutto fatto un bilancio positivo per l'elevata creatività delle collezioni presentate per l'a/i 2009/2010, sottolineando ancora una volta la leadership della qualità del marchio italiano riconosciuto a livello mondiale.

Con toni più forti ha poi criticato le voci che fanno il paragone Parigi-Milano. "Impossibile il

confronto in quanto si tratta di due realtà completamente diverse. La prima è un Carrefour che accoglie tutti: fatte 100 sfilate solo meno di 50 sono di società francesi; a Milano invece l'80% delle griffe in passerella sono italiane. Milano è quindi il palcoscenico per rappresentare il Made in Italy, e quello che si vuole trasmettere è proprio l'eccellenza e il nostro stile di vita, perché -come spesso ripete il Cavalier Boselli- dietro ad ogni abito c'è un pezzo della nostra storia.". Altro punto fondamentale: i giovani. "È necessario una nuova generazione di stilisti e di tutta una serie di professionisti nel settore moda. Considerate tutte le fashion week nel mondo, Milano è quella che ha dedicato più spazio ai talenti emergenti. Si tratta di un progetto articolato e non solo di facciata." Una forte critica è stata lanciata poi ai grandi della moda che hanno concentrato le sfilate nei quattro giorni centrali lasciando scoperti quelli iniziali e finali che avrebbero dovuto dare visibilità ai nuovi stilisti.

Logo Milano Fashion Institute

Sulla scia delle opportunità per i giovani nel settore moda, **Luigi Rossi Bernardi**, Assessore Ricerca Innovazione e Capitale Umano, ha sottolineato la vicinanza e l'appoggio del Comune al mondo della moda, vero fiore all'occhiello di Milano. I progetti finanziati stanno riscuotendo notevole successo, basti pensare alle tre edizioni dell' ***Incubatore della moda***, il ***Milano Fashion Institute*** e ultimo ma non meno importante il recupero della ***Biblioteca Tremelloni*** presso il Politecnico.

Molte iniziative simili stanno per essere sviluppate anche per il mondo del design industriale; l'obiettivo è far rivivere anche questo settore che in passato è stato motivo di orgoglio e di successo per l'Italia.

Pienamente d'accordo anche l'Assessore allo Sport e Tempo libero **Giovanni Terzi**, "Milano è legata a tutto ciò che esprime creatività, e alla radice di tutto c'è la scuola con la

formazione e l'attenzione per i giovani, che esprimono al massimo la creatività. I giovani sono il futuro di Milano e del Made in Italy ed è su di loro che bisogna investire. E' certamente un progetto a lungo termine, ma abbiamo la certezza che darà grandi frutti". Proprio con l'obiettivo di attrarre maggiormente i giovani e, più in generale, per coinvolgere tutto il popolo milanese, il Comune sta sviluppando nuovi progetti per i prossimi appuntamenti della moda, come ad esempio il rilancio di "**Enjoy Milano"** (dal prossimo settembre) per aiutare Milano a vivere più attivamente e con più consapevolezza la fashion week; poi il **"Fashion Road"** un progetto di grande sinergia tra i responsabili di servizi pubblici, musei, l'unione dei commercianti ecc.. e che offrirà alla città un contesto migliore per rispondere alle diverse esigenze in termini di servizi .Con il cosiddetto "After midnight" si vorrà offrire un prolungamento dell'orario serale di servizi di trasporto, ristoranti e locali proprio per agevolare il clima sfilate e coinvolgere soprattutto i giovani nel clima di festa . Il tutto ovviamente all'interno di un sistema di regole di convivenza e di rispetto. Altro grandissimo evento in fase di attuazione, è rappresentato dagli "**Oscar della Moda**": una grande manifestazione a livello televisivo che vorrà dare visibilità alle nuove generazioni di stilisti.

Con il suo intervento **Barbara Nerozzi**, Direttrice di L.UN.A, ha sottolineato l'importanza di una formazione qualificata e professionale. "Oggi tutto è cambiato e il mercato non richiede più un professionista in grado di creare una collezione di disegni, quello che si chiede oggi è la gestione di un intero processo. Quindi fondamentale è l'aggiornamento sui nuovi strumenti e i profili richiesti da questo settore. A conclusione un forte invito ai giovani: "Siate imprenditori di voi stessi!".

Significativo anche l'intervento dei due ex Incubator **Chicca Lualdi** e **Andrea Tuchi**. La prima, che ha già una sua linea di moda *BeeQueen by Chicca Lualdi*, ha raccontato le

difficoltà incontrate sul cammino soprattutto per ottenere visibilità e fiducia nei confronti dei compratori, ma anche il grande supporto offerto da CNMI con il progetto del Fashion Incubator. “Non esistono lavori facili. Ci vuole spirito di sacrificio ed umiltà. Soprattutto è necessario mettere da parte l’orgoglio e declinare la propria creatività per incontrare le esigenze della distribuzione.” Andrea Tuchi, della prima edizione dell’Incubator, si sente come adottato da CNMI: “E’ stata un’occasione unica in termini di visibilità e comunicazione, un vero trampolino di lancio che mi ha permesso oggi di creare un’azienda per autoprodurmi”.



Stilisti di Frankie Morello -ph Paul De Grauve

Dulcis in fundo l’attesissimo intervento degli stilisti **Pierfrancesco Gigliotti** e **Maurizio Modica** della griffe **Frankie Morello**. Con grande spontaneità hanno raccontato il loro passato come architetto il primo, come designer e coreografo il secondo e poi la voglia, ad un certo punto della loro vita, di cominciare qualcosa di nuovo. “Il successo della prima collezione uomo, con capi in maglieria, è arrivato quasi per caso. L’acquisto della collezione da parte di compratori orientali per un valore di 100 milioni di lire si rivelò provvidenziale e le lettere di credito ci consentirono l’autoproduzione”. Da lì in poi un’avventura segnata dal successo ma di certo non priva di fatiche: “Ai tempi ci occupavamo di tutto e non era facile: dovevi progettare, comprare i tessuti, andare nei laboratori, chiedere prestiti. Bisognava sapere fare tutto.” Al termine della testimonianza un forte appello ai giovani: “Siate pignoli e studiate tantissimo! Bisogna avere cultura in quello che si fa, non fermatevi mai!”.