

Armani Silos

Come era prevedibile (e auspicabile), sono tante le maison di moda che hanno colto al balzo la straordinaria occasione di **Expo Milano 2015** per presentare collezioni ed iniziative ad hoc.

Non si può non citare, innanzitutto, **Giorgio Armani**, nominato "Special Ambassador" dell'evento universale, che è stato pre-inaugurato il 30 Aprile scorso con una sua grande sfilata e un degno rinfresco (a cui hanno preso parte i big dello star system hollywoodiano) negli spazi di "**Armani Silos"** in Via Bergognone, un luogo "magico" dove si attraversa la storia di 40 anni di carriera dello stilista piacentino, con la possibilità di ammirare i bozzetti e gli abiti più celebri, ovvero la nascita di un mito. Disposto su un'area di 4500 mq, l'edificio è frutto di un investimento da 50 milioni di euro per riqualificare il complesso dell'ex-fabbrica Nestlé, che è stata trasformata in un autentico museo su quattro piani, interamente dedicato all'esposizione di 600 abiti e 200 accessori suddivisi per temi, con archivio digitale, caffetteria e gift shop. Prossimamente "Armani Silos" ospiterà anche collezioni di interesse artistico.

Non è da meno la **Fondazione Prada** che il 9 Maggio ha aperto al pubblico la sua nuova strepitosa sede in Largo Isarco, entrando di diritto nel novero nei maggiori centri culturali mondiali. Il nuovo progetto architettonico ispirato ai canoni del razionalismo, a cura dello studio Oma di Rem Koolhaas, già vincitore di un Pritzker (il Nobel dell'architettura), si colloca su 19mila mq e nasce dalla riconversione di una distilleria del 1910, con l'aggiunta di tre nuove costruzioni alle sette preesistenti (l'icona di questo luogo immaginifico è destinata a diventare la maestosa torre d'oro che svetta tra il cemento). All'interno spicca il caratteristico Bar Luce, ideato dal regista Wes Anderson, che ricrea l'atmosfera di un tradizionale caffè milanese con decorazioni ispirate alla Galleria Vittorio Emanuele. La

mostra di apertura, intitolata **“Serial Classic”** e curata dal noto archeologo Salvatore Settis con Anna Anguissola e Davide Gasparotto, indaga i temi della serialità e della copia nell’arte classica, abbattendo due vecchi luoghi comuni: quello secondo cui la produzione in serie sarebbe nata con il decollo dell’industrializzazione e quello in base al quale la scultura classica sarebbe esclusivamente bianca. “Serial Classic” rimarrà aperta sino al 24 Agosto, in contemporanea con un’altra mostra della Fondazione Prada a Ca’ Corner a Venezia: “Portable Classic”, visitabile sino al 13 Settembre. Nel nuovo quartier generale milanese della Fondazione Prada non mancano, inoltre, le installazioni site-specific di artisti come Robert Gober e Thomas Demand, un laboratorio creativo per bambini ideato dagli studenti dell’Ecole Nationale Supériéure di Architecture di Versailles, un documentario “battezzato” dal regista Roman Polanskj nonché una rassegna cinematografica.

In parallelo all’inaugurazione di Expo, è stata presentata anche la sede milanese di **Ermenegildo Zegna** in Via Savona**,** che ospita “**Fabulae Naturae”**, un progetto di Lucy + Jorge Orta commissionato da ZegnArt e curato da Maria Luisa Frisa. Si tratta di una performance che offre un’esperienza multisensoriale tra tessuti, natura, arte e cucina (lo speciale percorso gastronomico è studiato dallo chef Davide Oldani), così che il nuovo spazio della maison è trasformato in una sorta di foresta evocativa dell’Oasi Zegna, con esperienze visive frutto delle ricerche di Lucy Orta nell’Archivio Zegna a Trivero (Biella), che può contare sul vastissimo campionario tessile del Fondo Heberlein composto da oltre 2200 volumi di tessuti floreali e di fantasie ispirate al mondo botanico.

S.Ferragamo per EXPO

Ancora, non sono pochi i brand che alla manifestazione milanese hanno dedicato collezioni ad hoc, ad esempio la *capsule collection* di **Salvatore Ferragamo**, oppure la borsa

esclusiva di **Braccialini** o la **“W BAG” di Tosca Blu**, creata in collaborazione con la Nuova Accademia di Belle Arti di Milano. Ha voluto mettere il cappello su Expo anche il marchio sportivo di lusso **Paul&Shark** con una speciale *capsule collection* di polo, in edizione limitata, che presenta sul retro del collo e sul bordo delle maniche le immagini stilizzate del Duomo, dell’Arco della Pace e del tram, oltre al nome della città sulla schiena.

Dirk Bikkembergs ha invece rinnovato i suoi celebri slip all’insegna dei colori del logo di Expo (limited edition). Addirittura la confezione di questo articolo è chiusa da un elastico griffato, anch’esso multicolour, utilizzabile come braccialetto. D’altro canto Ballin, sinonimo di calzature d’alta gamma, ha deciso di riservare al tema del cibo un’edizione unica che interpreta il caffè, una delle glorie italiane nel mondo, con un sandalo munito di doppia fascia e tacco-stiletto da 10 cm, abbinato alla *pochette* di forma rettangolare con catena in oro anticato.

Anche **Alviero Martini 1a classe** ha pensato di realizzare in edizione limitata ispirata all’alimentazione, declinando la sua iconica cartina geografica con i prodotti alimentari tipici dei vari Continenti. I modelli sono fabbricati in un particolare cotone 100% organico con dettagli in pelle a concia vegetale, in linea con i valori della sostenibilità e della responsabilità promossi dalla manifestazione milanese. E mentre **Cividini** celebra Expo con una *capsule collection* da par suo, esaltata da un’installazione dell’artista Carlo Stanga per il progetto “La Tenda Experience *Fashion and Art*” avente uno scopo benefico (il ricavato di

questa speciale collezione sarà devoluto alla Dynamo Camp, charity partner de “La Tenda Experience”), la Camera Nazionale della Moda Italiana ha messo a punto un calendario di iniziative legate al mondo dell’arte organizzate da maison come **Missoni, Gucci, Jil Sander, Diesel, Salvatore Ferragamo, Laura Biagiotti, Les Copains, Max&Co.**

Ci fa piacere ricordare, inoltre, che fino al 31 Ottobre su tutto il territorio italiano oltre che all’interno dei Padiglioni Expo 2015 prendono vita diverse iniziative sotto l’egida dell’Istituto Europeo di Design (IED), che rappresentano il *fil rouge* dell’esposizione universale – “Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita” – attraverso le aree di formazione: Moda, Design, Comunicazione Visiva, Management.

Mattioli per EXPO – Arcimboldo-Primavera

Anche la gioielleria, comunque, ha scelto di rendere omaggio a Expo con creazioni davvero originali, come l’anello **Arcimboldo Primavera di Mattioli** o i **Gioielli Dop**, marchio di nato da un’idea dell’Associazione Giovani Gioiellieri d’Italia, realizzato ad Arezzo e venduto online sulla piattaforma di crowdfunding Indiegogo: la curiosità di questo progetto è data dai bracciali componibili con *charms* ispirati alle bellezze del territorio e alle eccellenze gastronomiche nazionali, dalla burrata alle orecchiette, dalla pizza alle sfogliatelle.

Un cenno meritano, ancora, i diversi marchi selezionati come partner di Expo 2015, tra cui OVS e Excelsior in qualità di *official retailer*, o Chicco, lo specialista del bambino,

“ingaggiato” per occuparsi della Children Hospitality di tutto il sito espositivo, o il marchio umbro Cruciani che è stato individuato come *Luxury Accessories Sponsor* o il brand Bosideng scelto come Partner Ufficiale e Principale del CCUP (Cina Corporate United Pavilion), mentre la maison di prêt-à-porter Anteprima può vantare la nomina di Izumi Ogino (Direttrice Creativa) come Official Supporter di Expo Milano 2015 per il padiglione giapponese.

Infine, a prescindere da Expo, ma a maggior ragione al tempo di Expo, è bene sottolineare il momento felice per l’export italiano di moda, complice anche il favorevole cambio euro-dollaro. Secondo i **Fashion Economic Trends** della nostra Camera della Moda, per i settori tessile, abbigliamento, pelle, pelletteria e calzature si stima per quest’anno un picco di 50 miliardi di euro di esportazioni, in crescita del 7,3%, mentre il fatturato è previsto in aumento del 5,5% a quota 64,6 miliardi. Non solo. Va aggiunto che sta lievitando il valore dei nostri prodotti, a conferma del progressivo spostamento verso i segmenti più alti del mercato. Meditiamo, gente, meditiamo… e intanto godiamoci il più *fashionable* degli Expo!