Prendiamo spunto dal titolo di una canzone piena di energia del 1967 cantata dai Roches - gruppo beat il cui frenetico leader ancora oggi tiene concerti ovunque calamitando trasversalmente tutte le generazioni- per annunciare la prossima **settimana milanese della moda** che si svolgerà dal **19 al 25 Febbraio 2019.**

La conferenza stampa tenutasi qualche giorno fa nella Sala Alessi di Palazzo Marino ha presentato -per voce di **Carlo Capasa**, Presidente di CMNI, e di Cristina Tajani, assessore alle Politiche per il Lavoro, Attività Produttive, Moda e Design– il ricco e variegato programma che, svolgendosi come una canzone nota che non ci si stanca di riascoltare, propone continuamente modi diversi di reinterpretazione.

Un'apertura enorme alla città, innanzitutto. L'utilizzo di aree mai impiegate, il coinvolgimento dei cittadini con l'accesso a spazi dedicati generalmente solo agli addetti ai lavori, gli eventi culturali collaterali, la bellezza del dinamismo per forza contagioso, l'incremento degli eventi con i giovani come protagonisti…..

Una Milano -sempre più stretta la collaborazione tra il Comune e Camera della Moda- inclusiva e desiderosa di mostrare sempre più questo suo momento di grande internazionalità e di rispondenza. *"È la città in cui succedono più cose e in cui l'indotto che sta intorno al fenomeno moda tocca cifre pazzesche"*, ha affermato **Capasa.**

8.000 show-room, 57.000 posti che verranno a crearsi in un breve futuro per i ragazzi che usciranno dalle scuole di moda, 28 miliardi di fatturato annuo, una crescita costante che in Italia vale l'1,3% del Pil!

Numeri buttati lì come biglie colorate e luccicanti per farci sognare e -perché no?- anche sperare un po'……

E poi….60 sfilate, 81 presentazioni, 4 presentazioni su appuntamento, 33 eventi in calendario, per un totale di 173 collezioni…..

"In questa edizione di Febbraio proseguiamo nel percorso di apertura verso il grande

pubblico, iniziato già da qualche anno, raccontando attraverso incontri, talk ed eventi non solo la filiera italiana del tessile e della moda ma sopratutto il saper fare manifatturiero e la creatività del Made in Italy", ha commentato **Tajani**, proseguendo poi nel dire che "*….vogliamo che la Fashion Week milanese diventi sempre più anche un'occasione per valorizzare i molti giovani talenti che rappresentano il futuro dello stile e del gusto italiano…..*".

Tantissimi nomi e brand nuovi (la promozione della moda ungherese e dei giovani talenti cinesi); tanti "ritorni" (Gucci in primis dopo "l'esodo" a Parigi la scorsa stagione e il marchio **United Colors of Benetton** che inaugurerà la kermesse il 19 Febbraio); l'attesissimo evento di **Moncler** che sfilerà durante la prima giornata di calendario ai Magazzini Raccordati di via Ferrante Aporti (l'area di circa 40.000 metri quadri che si sviluppa sotto i binari della stazione Centrale) e che offrirà poi il medesimo spazio a tutta la città; il centro direzionale a Palazzo Giureconsulti dove uno spazio polifunzionale ospiterà sfilate e presentazioni di giovani emergenti; il Fashion Hub presso lo spazio Cavallerizze del Museo della Scienza e della Tecnica Leonardo Da Vinci che per la prima volta si aprirà al pubblico; la "chiacchierata" con Luisa Frisa che racconterà il libro "Italiana. L'Italia vista dalla moda 1971-2001" dopo la fortunata mostra dell'anno scorso a Palazzo Reale; la chiusura di questa edizione con l'evento "A special Night to celebrate young Talent & to look to the Future", nato dalla collaborazione tra Comune di Milano, Camera Nazionale della Moda Italiana e S.Pellegrino, volto a celebrare i giovani talenti presenti in calendario, alcuni giovani chef e l'importante anniversario dei 120 anni di S. Pellegrino…….

E ancora….guide cartacee diffuse ovunque con suggerimenti lucidi e/ o culturali di ogni tipo, un video con Milano “tinta di rosa” per portare ottimismo e incessante vitalità trasmesso - insieme alle sfilate live- sui maxi schermi, cortili e giardini d’inverno nascosti dove sbocceranno abiti simili a fiori e cappotti simili a foglie…..

Siamo certi che lo street-style ricorrente, lo stile eccentrico dei vip a bordo passerella, le corse furiose degli influencer per accaparrarsi le prime file e per intervistare gli stilisti faranno da contorno al tutto e rappresenteranno realisticamente l’aspetto giocoso di un settore serio e altamente qualificato troppe volte considerato “futile” da chi non lo conosce a fondo.