La voglia di innescare non un semplice cammino di ripresa, ma una vera marcia trionfale è più che evidente: Milano sembra sprigionare energia e speranza. Il Salone del mobile e il Fuori Salone, spostati a settembre per ragioni di opportunità legate alla pandemia sembravano destinati all'insuccesso: non è stato così anzi, hanno rappresentato un apripista per la Milano Fashion Week.

Molte cose sono cambiate in queste stagioni di pandemia. La "scoperta" delle sfilate e presentazioni delle collezioni digitali ha prodotto una seria riflessione sul modo di comunicare la moda. Molti sono i brand che stanno scegliendo un modo diverso dall'evento della sfilata. Ne fa fede il calendario di **Milano Moda Donna settembre 2021** solo 42 le sfilate in presenza, 23 digitali; 75 presentazioni 56 in presenza e 19 digitali,  33 eventi 29 in presenza e 4 digitali per un totale di 173 appuntamenti in calendario (125 in presenza e 46 digitali). I numeri comunque fanno ben sperare,  come suggeriscono le parole del sindaco di Milano, Beppe Sala, in occasione della conferenza della **Camera della Moda Italiana** di presentazione della MFW:  "*La nostra città è un marchio globale di bellezza ed eccellenza e, grazie al merito della campagna vaccinale, con Green pass alla mano, la Milano Fashion Week vivrà nuovamente l'emozione regalate dalla moda, tra artigianalità e innovazione, con nomi rinomati in tutto il mondo e nuovi talenti, ora con un occhio sempre più sostenibile*". Vogliamo aspettare la conclusione degli eventi per dare un giudizio sulla capacità della Fashion Week di richiamare in presenza addetti (buyer e giornalisti). Ci sono però aspetti che già da ora lasciano perplessi ad esempio che le richieste di accredito, non solo alle sfilate, ma anche alle presentazioni poche volte hanno meritato una cortese risposta anche se negativa: una disattenzione di savoir faire degli uffici stampa che denota una punta di sciatteria nell'organizzazioni.

Per la prima volta nel calendario presentazioni i brand Colville, Cormio, Quira, Andreadamo,

Defaince by Nicola Bacchilega, Roberto Di Stefano, Aniye By, Iuri, Traffco, Radica Studio, Airin Tribal e ATXV.
Molte mostre ed eventi arricchiscono il calendario, tra cui la mostra per il 40° anniversario del brand Emporio Armani; l'evento per il 20° a anniversario della collezione Nudo di Pomellato, la celebrazione dei 50 anni di carriera di Chiara Boni e l'anniversario per i 60 anni del brand Marcolin.
Dal calendario emerge l'impegno della Camera della Moda a sviluppare le tematiche importanti: i progetti per i giovani, l'inclusione, il tema della sostenibilità, ecc.

Camera Moda Fashion Trust sarà presente a fare da sostegno a brand giovani: in questa edizione accompagnerà la sflata di Vitelli e le presentazioni dei brand Andreadamo e Alessandro Vigilante.

A supporto del tema della sostenibilità nel fashion system**,** e punto nodale delle ultime edizioni, ritorna il *Green Carpet Fashion Awards*, che con il nome di "***CNMI Sustainable Fashion Awards***" continuerà a premiare brand e designer che si saranno distinti nell'applicazione di principi della sostenibilità nell'industria della moda.

Torna anche il progetto "***Black Lives Matter in Italian Fashion***" frutto della collaborazione tra CNMI e BLACK LIVES MATTER IN ITALIAN FASHION-COLLECTIVE e della tenacia di **Stella Jean** nel sollecitare la Camera della Moda ad accettare di sostenere **5 nuovi talenti BIPOC** (Black Indigenous People of Color) perché potessero avere la possibilità di presentare le proprie collezioni all'interno di un fashion show digitale che aprirà la Milano Fashion Week il 22 settembre.

In parallelo il progetto, **"Fashion Bridges – I Ponti della Moda",** realizzato insieme all'Ambasciata d'Italia a Pretoria, Sud Africa, e Polimoda, in cui quattro ex studenti della

Polimoda hanno lavorato in coppia con quattro giovani designer della South African Fashion Week. Con il supporto di CNMI il risultato del lavoro svolto sarà presentato al Fashion Hub.

**“Milano Fashionable Project”**, presente dal 22 al 26 settembre, è ancora un progetto per i giovani, frutto di collaborazione tra la Camera Nazionale della Moda Italiana e **La Rinascente.** I brand Amotea, Des Phemmes, Federico Cina, Froy e Traffico, al quarto piano di Rinascente Duomo, potranno presentare in anteprima le loro collezioni P/E 2022, non sono agli addetti ai lavori ma anche ai clienti  con la possibilità di pre-ordinare i capi della collezione in esposizione.