Conclusa l'edizione di settembre della **Roma Fashion Week settembre 2020**, organizzata da **Altaroma** azzardiamo un bilancio.

"Un'edizione speciale", l'aveva definita **Silvia Venturini Fendi**, "*non solo perché rappresenta parte del compimento del lungo processo di riposizionamento di Altaroma, ma soprattutto perché, nonostante le oggettive difficoltà siamo riusciti a ricreare quell'atmosfera di dinamismo e fermento che hanno fatto della settimana della moda di Roma il punto di riferimento per studenti, designer emergenti e giovani talenti, concentrando in tre giorni un programma ricco di appuntamenti*".

Il calendario e poi la realizzazione degli eventi hanno evidenziato lo sforzo di Altaroma di creare una edizione non solo on line, ma con molti momenti dal vivo di piena soddisfazione per i giovani designer "*affinché* -sempre con parole di Sivia Fendi- *non venissero a mancare, in una situazione così critica, tutti quegli strumenti e quelle opportunità necessarie al sostegno delle proprie attività. Inoltre, la vicinanza con le date della Fashion Week di Milano e con le altre manifestazioni di moda che si stanno tenendo a settembre, restituirà ancora meglio il senso dell'azione sinergica e di sistema che stiamo portando avanti a favore dei giovani talenti del Made in Italy*".

Altaroma ha consolidato con questa edizione la sua posizione come l'istituzione italiana della moda dedicata a studenti, designer emergenti e giovani talenti, offrendo loro una rete di opportunità e visibilità in stretta connessione con le principali manifestazioni italiane e internazionali.

La manifestazione di settembre, ospitata negli spazi di Palazzo Brancaccio, si è svolta dal vivo per un numero ristretto di ospiti e operatori del settore, ma grazie alla piattaforma di **Altaroma Digital Runway** gli eventi in calendario sono stati seguiti in live streaming, secondo le stime finali, da 20.000 utenti unici

Questi i numeri riportati da Altaroma alla fine dei tre giorni di eventi.

88 i brand/designer partecipanti alle iniziative in calendario
100 tra buyer e showroom accreditati sulla piattaforma digitale
15 tra buyer e distributori presenti in manifestazione
20 gli studenti dei final work e dei progetti delle accademie di moda
23 gli eventi in calendario di cui 20 in presenza e 12 in live streaming sulla piattaforma Digital Runway
8 sfilate
L'ente si è dichiarato più che soddisfatto trattandosi di tre giorni di svolgimento; i numeri parlano certamente, tenendo anche conto della contingenza in cui si è svolto, di una crescita della manifestazione, ma sono ancora esigui per parlare di una piattaforma solida. Buona la presenza e quindi il richiamo per i brand/designer, ma pochi i buyer e distributori/showroom presenti in manifestazione e sulla piattaforma; non conosciamo il numero di accrediti per la stampa (!) e ciò segnale che ancora la manifestazione non rappresenta un richiamo forte per gli addetti ai lavori.

Tre i progetti importanti oramai consolidati per Altaroma nella sua veste di ente di scouting di talenti e -ben si può parlare di mentorship-, emergono tre progetti: Showcase Roma, Who Is On Next?, Fashion Hub, a cui si è aggiunta una realizzazione finalizzata a promuovere nuove professionalità per la moda che rimandano ad un patrimonio artigianale di grande tradizione, **Officine di talenti preziosi "Oasi…Nuovi approdi per l'arte dell'ornamento"**

Who Is On Next? è il progetto di scouting dedicato ai nuovi talenti della moda, promosso da Altaroma e Vogue Italiae supportato da ICE Agenzia e dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, giunto alla sua sedicesima edizione, si arricchisce per la prima volta della sezione Uomo.

Sfilata collettiva e premiazione dei finalisti si sono svolti nella prima giornata. La giuria di Who Is On Next? 2020 ha assegnato il premio Franca Sozzani per la categoria prêt-à-porter donna al designer **Francesco Murano**. Il premio Franca Sozzani per la categoria accessori, che aggiudica il diritto di esporre le sue creazioni nell'ambito di "Fashion Hub Market" di Milano Moda Donna settembre 2021, è andato al brand **Zeroundici Eyewear.** Per la categoria pret-à-porter uomo, il vincitore scelto dalla giuria è **Dima Leu**.
Il premio Pitti Tutoring & Consulting Prize è stato assegnato alla collezione di pret-à-porter donna di **Francesco Murano**, e alla collezione di pret-à-porter uomo di **Vaderetro**. I due designer potranno beneficiare di un programma di mentorship dedicato della durata di sei mesi.
Altaroma, Vogue Italia e Camera Nazionale della Moda Italiana riconosceranno ai vincitori delle categorie prêt-à-porter Donna, Uomo e Accessori un premio in denaro e due incontri di orientamento e sostegno con esperti delle rispettive organizzazioni. Altaroma, inoltre, ospiterà durante la Manifestazione Altaroma gennaio 2021 tutti i finalisti e vincitori dell'edizione 2020 con una sfilata individuale ed una mostra accessori, mentre Vogue Italia realizzerà un servizio fotografico dedicato ai vincitori della categoria prêt-à-porter donna su Vogue Italia marzo 2021. Camera Nazionale della Moda Italiana permetterà infine ai due vincitori dell'area prêt-à-porter di presentare rispettivamente la propria collezione nel calendario di Milano Moda Uomo gennaio 2021 e Milano Moda Donna settembre 2021.

Showcase Roma, nato nel 2018 con il supporto di ICE – Agenzia e del Ministero per gli Affari Esteri e la Cooperazione Internazionale, per introdurre nel mercato giovani designer e brand indipendenti giunto alla sesta edizione ha visto esporre 68 designer. Un'opportunità unica e gratuita per i nuovi talenti e le loro collezioni di entrare in contatto sia con buyer nazionali e internazionali provenienti da mercati strategici, sia con la stampa nazionale ed estera. Durante tre giorni, 68 brand si sono alternati a gruppi di 24 mostrando al pubblico

un’ampia gamma di prodotti – scelti tra abbigliamento e accessori -, frutto della fusione tra sperimentazione d’avanguardia e tradizione artigianale italiana. Altaroma si è impegnata ancora di più con – e per – i giovani aumentando il numero dei designer partecipanti rispetto all’ultima edizione e offrendo loro una visibilità a tutto tondo, attraverso la piattaforma digitale che ha reso possibile la partecipazione da remoto alla manifestazione e l’opportunità di creare degli incontri virtuali con coloro che sono interessati ad avere notizie, avviare collaborazioni o realizzare interviste anche oltre i giorni di calendario. Da questo contenitore, provengono molti dei brand di successo che hanno avuto l’occasione di sfilare in monografiche o collettive, come Rome is My Runway, format per promuovere in passarella i brand selezionati su territorio nazionale e che si sono fatti notare attraverso altri progetti di Altaroma.

Si rinnova per i partecipanti al progetto, la partnership con **Lazio Innova**, società in house della Regione Lazio, che destinerà a coloro che hanno la produzione, alcuni servizi di supporto alla crescita imprenditoriale.

Infine, Altaroma ha lanciato **Startup Fashion Academy**, intervento avviato da Lazio Innova e supportato da Altaroma nell’ambito del programma Loic Zagarolo. Un progetto rivolto a 20 giovani designer di moda del Lazio che hanno completato l’anno accademico 2019/2020, diplomati e diplomandi in una delle 10 Accademie del Lazio con indirizzo moda e che potranno partecipare a un percorso gratuito di mentorship per definire e validare il proprio modello di business.

Si rafforza quindi l’immagine e il lavoro di Altaroma a sostegno dei giovani, i progetti sono concreti e già consolidati. Lo sforzo di coinvolgimento delle istituzioni in prima linea ICE – Agenzia e Ministero per gli Affari Esteri e la Cooperazione Internazionale è stato ribadito nella sezione di inizio delle tre giornate, anche la Regione Lazio è attivamente presente.

Infine resta da menzionare **Fashion Hub,i**l progetto con cui Altaroma mette a disposizione

degli stilisti provenienti da Accademie di Moda, Istituti e Università della Moda, l'intero *know how* di Altaroma, di un network di professionisti e di una considerevole contact list, ufficio stampa e sala sfilata. In tal modo Altaroma offre la possibilità di portare le proprie collezioni in passerella e presentarle ad una esclusiva platea di giornalisti del settore. Il progetto si e svolto in due modalità.

'Rome Is My Runway', il format di sfilata collettiva, attuato in tre momenti : il 15 settembre con i seguenti brand **Andrés Romo by Andrés Romo, Rono Studios; Salvatore Vignola; Sartoria 74;** 16 settembre hanno sfilato **CHIARA PERROT, DASSU' Y AMOROSO, ELLEMENTI, FRANCESCA MARCHISIO;** in chiusura il 17 settembre il fashion show ha visto in passerella **FEELOMENA, MARIA SAPIO, MORFOSIS, VALENTINA POLTRONIERI.**

Accanto a queste, le sfilate individuali di **GRETEL Z., CASA PRETI, FRANCESCA COTTONE, Caterina Moro, LEOLSD.** Infine menzioniamo lo spazio riservato alle scuole di Moda.