

PASSERELLE & BUSINESS

Ieri il gran finale per gli stilisti italiani. Hanno sfilato i giovani (di valore)

Positivo il bilancio finale anche per albergatori e ristoratori

Moda senza apprensioni

Chiusa la «settimana», aperta alla città, con affari per 27 milioni

DI ROSANNA VACALEBRE

La settimana della moda si è chiusa ieri con un gran finale tutto dei giovani. I compratori ripartono con qualche certezza in più. I dati del settore segnano bello stabile. Basta pensare che la sola «settimana» ha portato diretti benefici alla città con un indotto economico di 27 milioni di euro. La boccata d'ossigeno è distribuita tra gli albergatori, che incassano il 62% della cifra, seguono i ristoranti (15%), shopping (15%) e trasporti (3%). In sette giorni densi di sfilate e presentazioni, una moda piena di buon gusto, idee, creatività, cultura artigianale e grande capacità industriale, elementi che, messi insieme, rendono il Paese numero uno della moda. Vinta la scommessa di chi voleva «aprire» gli eventi alla città. Visi noti e gente comune hanno brindato per la

strada e sul «red carpet» nella via Mercanti, molti stranieri hanno fotografato le celebrities del mondo della musica e dello spettacolo. È stato preso d'assalto anche lo spazio «Beauty Express», realizzato in partnership con B by Limoni, dove una make-up artist ha dato consigli e truccato belle passanti. Scommette sulla città una griffe come Aigner che ha fatto rivivere gli Anni 50 lo stile da star system, le gonne scampanate e a balze, reinterpretate in chiave moderna, che rappresentano uno dei must della collezione. I vestiti ampi, stretti in vita riflettono l'immagine di una donna forte e decisa. I cappotti e le giacche hanno linee dritte e tagli puliti. Molte le sfilate beachwear, Parah ha fatto sfilare una gipsy romantica e multietnica che indossa stampe originali, colori accesi e dettagli preziosi per vivere fuori dagli schemi. Tra le curiosità una presentazione dedicata al papillon in

fibra di carbonio laccata, senza peso. Si sono chiusi anche i saloni donna che hanno coinvolto i compratori internazionali con 170 collezioni incentrate su interessanti «capsule», sperimentazione di prodotto, spazio ai nomi emergenti. A «NeoZone» in via Tortona 35 **Francesca Bassi** mostra la tendenza del «maxi-painting» sulla seta e sul cotone e per l'affetto che la lega al Giappone, crea una stola simbolo, su cui la bandiera italiana si fonde con la giapponese. I proventi saranno devoluti, in parte, a chi ha perso tutto nella tragedia dello scorso 11 marzo, patrocina la Croce Rossa. A «Mi Milano Prêt-à-porter», che chiude a più 30% di operatori esteri, (le aziende hanno bisogno di concentrarsi sull'export per compensare il calo dei fatturati in Italia) grande sostegno ai giovani, le vetrine de La Rinascente hanno ospitato tre promesse «prestate» a marchi di qualità per produrre collezioni d'alto valore creativo.

Milano si conferma il centro propulsore del «made in Italy»
E crescono le nuove aziende



Boselli: nessuno incentiva così i talenti

Sul sostegno agli emergenti botta e risposta sul ruolo del Comune
La Camera di Commercio: da soli non bastiamo, occorre l'aiuto dalla Giunta

Gli stilisti che hanno fatto grande il made in Italy sono grandi in tutto, anche in età, e abbiamo bisogno di una nuova generazione di creativi». Partita male con il «balletto» delle sedi e la difficile congiuntura economica internazionale, la rassegna della moda, che si è

Camera di Commercio di Milano è l'unica che ci dà concretamente una mano» ha precisato. Boselli ha parlato anche dell'importante ruolo di Cameramoda nella promozione dei giovani talenti: «Un impegno per il futuro - ha detto - che nessun ente organizzatore di sfilate al mondo porta avanti

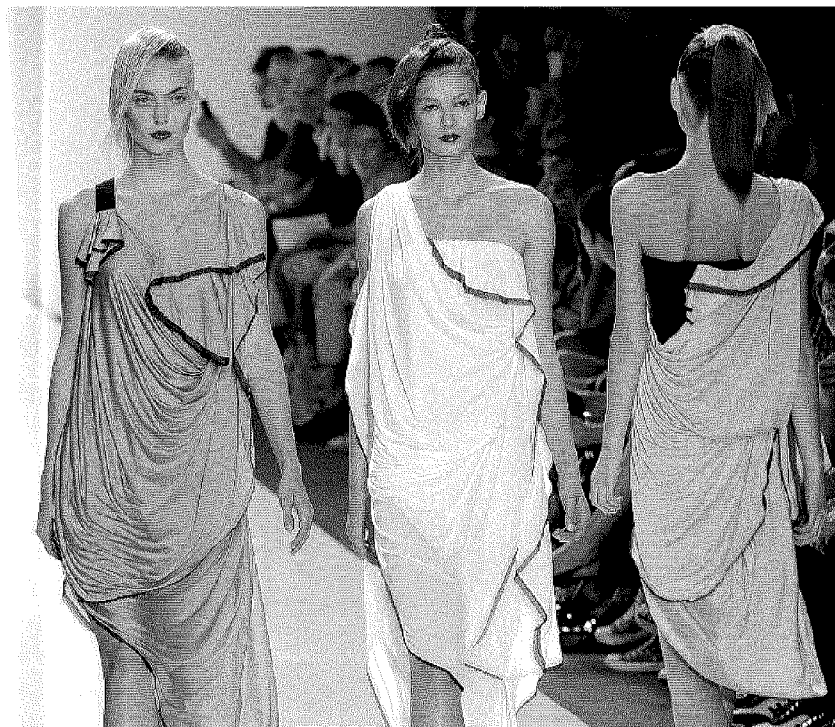
chiusa ieri, non ha deluso. Lo ha detto Mario Boselli, durante la conferenza stampa di chiusura della kermesse: «La

con altrettanta determinazione» e ha ricordato il Fashion Incubator (per il quale la Cnmi è in trattative con la Regione Lombardia, che potrebbe contribuire al finanziamento della prossima edizione). Carlo Sangalli, presidente della Camera di Commercio, ha ribadito il sostegno al sistema moda, simbolo della città, sottolineando che sono 14.500 le imprese del settore attive nel capoluogo e provincia e ben 560mila gli addetti ai lavori in Lombardia. Il supporto delle istituzioni è fondamentale, il vicepresidente

della Camera Saverio Moschillo ha polemizzato sul fatto che «le promesse devono essere mantenute», riferendosi al finanziamento stanziato dalla precedente giunta e congelato dall'attuale.

Risponde l'assessore alla Cultura di Milano, Stefano Boeri, che prende le distanze dalla polemica e conferma che «la Giunta ha ben chiaro il ruolo trainante del sistema moda, sappiamo che è una cosa seria, e non intende lasciarsi sviare dall'impegno serio a sostenere questo settore e il suo indotto».

Rosanna Vacalebre



Sulle passerelle: a sinistra proposte di Byblos e in alto di Aigner Sotto, si brinda all'evento offerto da B by Limoni

