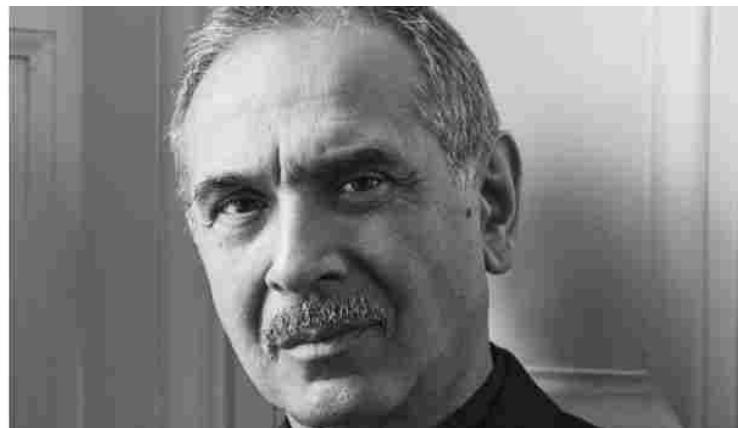
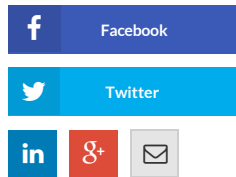


MILANO MODA DONNA

Inclusiva, multicentrica, fluida e...compressa: al via la fashion week

19 febbraio 2019



Al via oggi **Milano Moda Donna** con una sessantina di sfilate e oltre 80 presentazioni: la moda va sotto i riflettori con le novità dell'autunno-inverno 2019/2020, anche se le previsioni sul settore per quest'anno non sono particolarmente rosee: si conferma il segno positivo, ma l'aumento del giro di affari dovrebbe limitarsi all'1% al di sotto delle performance dell'ultimo triennio.

A pesare in particolare la questione dei dazi, le sanzioni, la **Brexit**. Ma la moda vale pur sempre oltre il 10% del Pil italiano e per Milano le fashion week sono un importante volano di sviluppo. Lo ha ribadisce il presidente della **Camera Nazionale delle Moda Italiana**, **Carlo Capasa** in un'intervista a *Fashion*.

«Milano sta vivendo un momento d'oro e anima di contenuti anche il nostro comparto - afferma Capasa -. Non a caso, quest'anno le abbiamo dedicato il nostro fashion film, dal titolo "Welcome to Milano". In questa

settimana non siamo alla ricerca solo di nuovi spazi, ma anche di nuovi linguaggi. **Moncler** ha concepito qualcosa di davvero innovativo, aprendo al pubblico il suo evento Genius».

Fra i temi di cui si parlerà fra gli addetti ai lavori la prossima settimana, oltre al previsto ritorno sulle passerelle milanesi di **Gucci**, che aveva saltato un turno, spicca anche la recente acquisizione della maggioranza di **Trussardi** da parte del **Fondo 4R**, insieme al debutto del neo-direttore creativo di **Bottega Veneta**, **Daniel Lee** e alla prima sfilata co-ed nella storia di **Giorgio Armani**.

«Anche il programma delle presentazioni - fa il punto Capasa - è ricco di spunti, con tante novità come **Alanui**, **MM6 Maison Margiela** e **Aquazzura**, che presentavano a Parigi».

Al debutto in calendario anche le sfilate del giovane designer italiano **Marco Rambaldi**, oltre a quella del marchio di **Mayo Loizou** e **Leszek Chmielewski Marios**, supportati dalla Camera Nazionale della Moda Italiana.

Oltre al sempre gettonato Quadrilatero della moda e ai palazzi del centro, buyer e giornalisti provenienti da tutto il mondo si spingeranno anche verso altri quartieri riqualificati della città, a cominciare dai **Magazzini Raccordati**, vicino alla stazione, messi a nuovo grazie al contributo di Moncler.

Una fashion week che si annuncia quindi inclusiva, multicentrica e liquida, ma anche "compressa". Se infatti la prima sfilata nella storia di **United Colors of Benetton** porterà un po' di buzz a Milano già da questa sera (19 febbraio), tutti i grandi marchi hanno voluto programmare i loro fashion show nei primi quattro giorni, lasciando il planning della domenica in mano a **Dolce&Gabbana** (off schedule) e a una manciata di outsider, mentre il lunedì vede solo due appuntamenti in scaletta.

Risultato, le 60 sfilate e le 81 presentazioni di Milano Moda Donna sono praticamente concentrate in quattro giorni e mezzo. «Il nostro calendario - conclude Capasa - è ricco di iniziative e il ritmo delle sfilate alcuni giorni è effettivamente molto incalzante, ma meglio calendari ricchi che annacquati: chi viene a Milano ha in poco tempo una visione globale.

Il testo integrale dell'intervista è pubblicato su *Fashion*, datato 19 febbraio 2019 e dedicato a **Milano Moda Donna**, al **White** e agli altri saloni del womenswear in città (**Super** e **TheOneMilano**), con un focus sulle collezioni autunno-inverno 2019/2020.

an.bi.

Hai domande o commenti su questo articolo?
Invia una e-mail alla [redazione](#).