

# Milano Moda, edizione insolita ma ricca di tendenze per l'Autunno-Inverno 2020/21

scritto da Scenari Internazionali | 27 Febbraio 2020



*di Mariacristina La Rosa*

MILANO – Un epilogo non consueto quello della **Milano Fashion Week** di quest'anno. La settimana dal 18 al 24 febbraio è stata segnata dall'assenza fisica di tre *brand*, Angel Chen, Ricostru e Hui, impossibilitati a completare la loro collezione per la chiusura forzata delle fabbriche, *buyers* e stampa cinesi dovuta all'espandersi dell'emergenza coronavirus.

✘ La **Camera Nazionale della Moda**, che ha organizzato nei minimi particolari le giornate in questione, ha pensato anche a questo. Nello

specifico ha lanciato la campagna *China, we are with you* per mostrare vicinanza e non escludere gli appassionati cinesi dalla settimana meneghina del *fashion* permettendo loro di acquistare, recensire, visionare la moda italiana che tanto amano. Grazie a questa piattaforma, il pubblico del Paese asiatico ha così avuto la possibilità di guardare in *streaming* sfilate, interviste agli stilisti ed il *backstage*, registrando oltre **16 milioni di utenti** connessi.

Milano Moda Donna ha previsto un totale di **188 appuntamenti** suddivisi in 56 sfilate, 96 presentazioni, 2 presentazioni su appuntamento e 34 eventi in calendario, di cui 27 eventi moda e 7 eventi culturali moda. Un calendario davvero ricco e stimolante per gli addetti ai lavori. Il 18 febbraio ha visto il primo evento con lo *special fashion show* del *designer* cinese **Han Wen** per proseguire dal giorno dopo con tante sfilate a ritmi serratissimi. Quali le principali tendenze che abbiamo visto in passerella?

I *look* presentati per la prossima stagione invernale delineano una **donna contemporanea forte** e sicura di se. Una donna che ama osare e indossare capi presi dall'armadio maschile. Come le lunghe camicie azzurre da uomo viste da Tod's e o le cravatte da **Dolce&Gabbana, Prada e Versace**. Questo gioco tra femminilità e mascolinità è ancor di più sottolineato dalla presenza costante dei *tailleurs* completi di giacca a mono o doppio petto, pantaloni dal taglio sartoriale e spesso anche con il gilet o addirittura lo *smoking* dai petti lucidi scelto da **Etro** ed indossato dalla top-model **Irina Shayk**. Tutti i *brand* fanno in modo di includerlo nelle loro collezioni per elogiare la nuova condizione della donna, perfettamente al pari dell'uomo, da business woman. L'androginia è la parola d'ordine del prossimo autunno-inverno.

La tendenza, invece, che continua ad andare per la maggiore riguarda i **volumi oversize dei capispalla**. Le modelle sembrano indossare cappotti, bomber non della loro taglia ma di almeno una in più con l'aggiunta di cinture che chiudono il capospalla e delineano il punto vita, dando un contraccolpo all'over di maniche e spalle. Ricorre, anche in questo caso, il *mix* tra uomo e donna.

☒ Si riconfermano *must have* il velluto classico da **Giorgio Armani** ed **Emporio** e novità per **Philosophy** e **Max Mara**, oltre le stampa Tartan, Pied de poule e animalier che abbiamo visto da **Ermanno Scervino, Marco De Vincenzo** e **Salvatore Ferragamo**. Menzioniamo anche l'ecopelle come uno dei tessuti principe sfilati su catwalks di **Alberta Ferretti** e **Fendi**. Eppure parliamo sempre di Moda Donna e quindi di elementi femminili come volant, rouches, tulle, tessuti lamè e le protagoniste indiscusse dell'Autunno Inverno 2020-21: le frange. Dalle fasce larghe alle più strette, a cui siamo abituati, cadono da vestiti, gonne longuette, bluse e persino dai cappotti o in un total look. Per le sera sono impresiosite da perline e cristalli. Focus retrò anni 20'-30', che ci ricorda lo stile Charleston e il grande Gatsby. Le frange faranno la differenza!

Tra gli show da segnalare, il racconto cinematografico della stilista **Francesca Liberatore**. Nella sala grande del Cinema Odeon sono andati in scena i tre momenti della mutazione del personaggio e l'evoluzione del vestire. Luci spente e un video in proiezione comincia a far vedere la collezione, con starring **J-Kolombina-R**, pian piano le modelle compaiono invadendo la platea, generando complicità con l'audience. La stilista è famosa per le sue sfilate in location particolari ed anche questa volta non ha deluso le aspettative del suo pubblico.

L'idillio delle corse da uno show all'altro si è interrotto, quando lo stilista **Giorgio Armani** nel cuore della notte ha deciso di comunicare, tramite i suoi social, che la sua sfilata prevista per domenica 23 febbraio, sarebbe avvenuta a porte chiuse, registrandola e trasmettendola sul sito ufficiale del *brand* e sui canali social. Decisione, ponderata e presa per non esporre ad alcuni rischio di contagio i suoi ospiti. Scelta replicata anche da **Lavinia Biagiotti** e **Moncler**, che ha cancellato il suo evento Genius aperto al pubblico così come il cocktail party di **Michael Kors**. Il giorno successivo sono stati direttamente annullati gli ultimi due *fashion show* di **Atsushi Nakashima** e **Alexandra Moura**.

☒ Una situazione davvero particolare per una delle capitali della moda mondiale. Milano è abituata a ben altro ma le precauzioni in questi casi non sono mai troppe. Così è calato il sipario sulla settimana della moda milanese. L'evento ha registrato chiaramente un **calo delle presenze**, circa l'80% del traffico dei turisti cinesi e non solo. Il presidente di Camera Moda, **Carlo Capasa**, a proposito del coronavirus, afferma: «*Uno scenario intermedio che determinerebbe una contrazione del fatturato dell'industria moda italiana tra -1,5% e 2,5% rispetto al primo semestre 2019 causata da un calo dell'export fra -0,5% e -1%. In Italia, la moda vale 71,7 miliardi di euro, è un settore trainante e soprattutto è in continua crescita: il 2019 che si è appena concluso è andato meglio del previsto con un fatturato di circa 90 miliardi e una crescita del solo export del 6%, di cui +5,6% solo in Cina. Tutto lasciava sperare per il 2020 in una crescita al 3%, ma le cose stanno già cambiando*».

C'è timore per la diminuzione di clientela ed il conseguente **calo del fatturato**. Già qualche segnale negativo si è avuto con una perdita dell'1,8% nel trimestre. Il gruppo **LVMH**, a febbraio, che ingloba oltre **70 marchi** (tra cui Christian Dior, Bulgari, Fendi e Céline), ha perso in borsa circa il 7%, **Kering** il 5%, **Moncler** oltre il 7% e **Burberry** il 5%. Altri eventi in programma nei prossimi mesi sono stati rimandati a fine maggio-inizio giugno, come la fiera Mido dedicata all'eyewear, il Cosmoprof di Bologna ed il Salone del Mobile che diventa, a questo punto, concomitante con Pitti Uomo e Milano Moda Uomo.