

# Moda. Milano Fashion Week supera la prova del Covid, successo anche per quest'anno

scritto da Scenari Internazionali | 29 Settembre 2020



di Mariacristina La Rosa

✘ Gli ultimi mesi sono stati caratterizzati dalla paura generale e dalla crisi innescate dall'emergenza **Covid-19**, mettendo in ginocchio l'intera economia mondiale. In Italia è seguito un *lockdown* di circa due mesi che chiaramente ha colpito tutte le aziende, comprese quelle di settore. Anche il **sistema-moda** è così cambiato, giungendo a nuove considerazioni sulle produzioni e sulle presentazioni a ritmi serrati delle collezioni, troppo faticose e con troppo spreco di materiali. La qualità, ora, sembra prevalere nettamente sulla quantità. Tempistiche e tendenze spesso troppo incalzanti, da adesso devono lasciare lo spazio alla nascita di un **nuovo modo di narrazione** di cui gli stilisti, per primi, sentono il bisogno.

Giunti in Autunno, Camera Moda ha pensato a nuove modalità per lo svolgimento della **Milano Fashion Week**. Già a giugno c'era stata una prova generale, con le sfilate maschili tutte in digitale, ma lo scorso 22 settembre ha segnato la vera e propria ripartenza della moda italiana con la prima settimana milanese divisa in tanti eventi visibili solo in *streaming* e pochissimi in presenza. Regole chiare per pochi invitati: mascherina sul viso, misurazione della temperatura all'entrata ed autocertificazione alla mano. Un totale di **159 appuntamenti** per le presentazioni collezioni Primavera-Estate 2021, di cui 39 sfilate femminili, 4 maschili e 19 uomo-donna, in concomitanza 43 presentazioni e 22 eventi. Un calendario, nonostante tutto, completo e molto ricco rispetto ai precedenti di New York e Londra.

Un'edizione che potremmo definire nuova per tanti aspetti. Molte delle *influencer*, più note, come **Chiara Ferragni**, hanno deciso di non partecipare alla *fashion week* per non creare assembramenti e vedere tutto da casa proponendo comunque i *look* da sfilate con storie e post pubblicati sui social personali. Le *top model* più famose come le sorelle **Hadid** e **Kaia Gerber** non si sono viste in quanto la scelta è ricaduta su modelle più vicine alla realtà e che potessero raccontare in qualche modo una storia.

Inoltre, **Valentino** è tornato a sfilare in Italia, e sono rientrati nel calendario ufficiale i *defilè* dei due stilisti siciliani **Dolce&Gabbana** e di **Elisabetta Franchi**, andata in onda su La 5 con il suo *show*. Tutti uniti per far ripartire e supportare la moda italiana. Già il genio **Giorgio Armani** aveva deciso ai primi di settembre, dopo aver appreso della risalita dei contagi, di rendere visibile a tutti la sua sfilata presentandola sabato 26 settembre in prima serata su La 7. Il suo è stato un evento davvero unico, preceduto da un *docu-film*, raccontato dalla voce di **Pierfrancesco Favino**, sulla propria vita e sullo stile minimalista, ma sempre di classe e raffinato, che lo contraddistingue.

Da queste decisioni si intuisce un **cambiamento**, la voglia degli stilisti di rendere la loro moda fruibile a tutti. Non solo gli invitati ma anche la gente comune, dal più **giovane** col suo *smartphone* al più **anziano** tramite il proprio televisore di casa, ha potuto prendere parte a questi due eventi ed aggiornarsi in fatto di tendenze.

La **donna** pensata per il 2021 è molto semplice, indossa capi lineari senza troppi fronzoli e punta al completo *en pendant*. Il tailleur rimane grande protagonista delle collezioni femminili insieme alla camicia bianca, declinata in tagli e lunghezze diverse. Ad esempio, **Etro** la annoda in vita abbinandola ai classici *shorts* mentre **Fendi** ne fa un abito. Una buona dose di femminilità è data dalle trasparenze presenti nei vestiti, dai tessuti leggeri e dalle cinture che delineano la *silhouette*.

Non va dimenticata la presenza assidua su tutte le passerelle delle

*jumpsuit*, fluide o arricciate sulle caviglie come nel caso di **Max Mara**. Tra le *nuances* spiccano sicuramente i toni neutri, il bianco su tutti, poi beige, salmone, giallo, lilla ed un tocco di azzurro cielo e verde. Colori tenui e delicati per un'eleganza senza tempo.

Settembre è solitamente il mese della moda donna ma quest'anno hanno sfilato anche **proposte uomo** che hanno messo in evidenza uno stile, per così dire, "doppio". Da una parte, l'*outfit* casual, un lui che indossa maglioni con **lavorazioni fatte a mano** (crochet, tombolo), camicie destrutturate, felpe con loghi, shorts, maxi stampe dai toni vivaci; e, dall'altra, la classicità e la classe dei completi sartoriali, giacca-pantalone, che l'uomo anche per la **Primavera-Estate 2021** continua ad avere. I look più rappresentativi arrivano dalle collezioni di Giorgio Armani, Fendi, Ferragamo e Valentino.

Grande assente di quest'edizione è Gucci. Il direttore creativo **Alessandro Michele** aveva già annunciato qualche tempo fa la volontà di voler sfilare solo due volte l'anno, al di fuori degli appuntamenti fissi che la moda impone. Un modo per esplorare nuove opportunità e **nuovi linguaggi** ed esprimere la sua *verve* stilistica. La griffe ha voluto comunque contribuire alla riuscita della manifestazione, distribuendo gratuitamente in cinque location di Milano una *zine* illustrata dal titolo *The incredible story of Nokia, Gemini and Athon*, realizzata in collaborazione con la rivista indipendente **Frankenstein**. Protagonisti, la borsa Jackie 1961, gli abiti e gli accessori *gender-fluid* della sezione "Mx" lanciata a luglio su .

Da sottolineare è la presenza di **Raf Simons**, ex direttore creativo di Jil Sander, **Dior** e **Calvin Klein**, approdato a Milano in seguito alla chiamata di Miuccia Prada come co-creative director. Il suo esordio in Prada durante la fashion week è stato impeccabile e non ha certo deluso le aspettative. I capi di questa settimana milanese risentono sicuramente del periodo che noi tutti stiamo attraversando, con una nuova **voglia di dialogo**, verità e racconto sempre più vicino alla realtà. L'intenzione è quella di raccontare la normalità attraverso abiti che realmente possano essere indossati dalla donna comune, conferendole una sua identità.

Dal 24 al 27 settembre sono state inoltre aperte a *buyer* e stampa le porte del **White Milano**, con numeri a dir poco positivi: **persone** raggiunte, **40 presentazioni** svolte in diretta digitale, **minuti** di live streaming, **fruitori** qualificati tra *buyer* e operatori moda B2B collegati sui profili di White. Grazie alle attività digitali dei suoi marchi sono stati raggiunti sul sito oltre **buyer** certificati on-line, con visualizzazioni.

Il presidente di Camera Nazionale della Moda, **Carlo Capasa**, alla chiusura della sette-giorni si dice soddisfatto, ritenendo essenziale il connubio tra sfilate in presenza e condivisione digitale: «*Il digitale*

*si è guadagnato un posto importante. Poi, l'uso che ne faremo è tutto da vedere. La stessa sfilata fisica trasmessa in digitale ha un riscontro numerico pazzesco, non credo ne potremo fare a meno in futuro e affineremo ancora di più il mezzo e il senso delle cose. Ci sono momenti che possono restare solo fisici o solo digitali, altri in cui c'è convivenza. Lo show fisico è molto importante specialmente per gli addetti ai lavori, e trasferisce un'emozione immediata che a volte è difficile replicare con il digitale. Credo che fisico e digitale si compenetrino, si possono usare entrambi i mezzi e stiamo facendo proprio questo in maniera fluida. Si andrà sempre di più verso un affinamento del linguaggio; fisico e digitale hanno dimostrato di essere essenziali nella moda e credo nessuno possa pensare di abbandonare uno dei due».*

© **Riproduzione vietata**