

## Il calendario di settembre a Milano

# Mario Boselli: «La moda farà davvero sistema»

**P**er il sindaco di Milano Letizia Moratti è «il primo vero cambiamento in 30 anni di settimane di moda e sfilate». Secondo il presidente della Camera della moda Mario Boselli si tratta di «rivoluzione copernicana».

Le novità, in effetti, non mancano: dal prossimo settembre la settimana della moda, prima di tutto, non sarà più una settimana, ma tre. O meglio, dal 22 al 28 i grandi nomi del made in Italy andranno, come da tradizione, in passerella, ma prima e dopo (dall'8 al 30 settembre) ci saranno altre iniziative, fiere ed eventi, finalmente collegati e uniti sotto un unico cappello, battezzato Milano Fashion City. «Negli ultimi anni, a Milano e in Italia, abbiamo sentito usare spesso l'espressione "fare sistema", ma non sempre le parole si sono tradotte in fatti - ha ricordato Letizia Moratti -. Il nuovo format pensato dal Comune in collaborazione con la Camera della moda e la Camera di commercio invece è proprio un sogno che si realizza e che Milano e il nostro paese si meritavano. Non dimentichiamo che la filiera del tessile-abbigliamento rappresenta l'11% del Pil italiano e che dà lavoro a un milione di persone».

Numeri che diventano ancora più importanti per la città, come sottolineato da Giovanni Terzi, assessore alla Moda del Comune: «Il 21% del Pil di Milano è riconducibile alla moda: per ogni 5 euro di ricchezza prodotta, uno è legato alla moda. Anche per questo abbiamo commissionato uno studio a Bain & Company (si veda Il Sole 24 Ore del 24 luglio), che ci aiutasse a capire quali sono le esigenze degli operatori ma anche quelle dei cittadini, che sono nella maggior parte affascinati dalla moda, però desiderano, quando la città viene "invasa", essere più coinvolti, con la

possibilità di partecipare, osservare, capire. Da questa esigenza sono nati i molti eventi speciali di settembre».

Alla presentazione di Milano Fashion City è intervenuto anche Diego Della Valle, presidente e ad del gruppo Tod's: l'imprenditore fu tra i primi, nel febbraio scorso, a spingere Milano a uno scatto d'orgoglio, di fronte alle pressioni - a volte indebite - delle altre capitali della moda mondiale, Parigi e New York. «Non voglio più sentir dire a buyer e giornalisti frasi come "a Milano ci vado per lavoro, a Parigi per tutto il resto". La città, se vuole, può offrire tutto quello che serve agli operatori del settore: sfilate e presentazioni dei grandi marchi del made in Italy, ma anche fiere di settore. E soprattutto Milano può essere la vetrina dei giovani talenti, che sono il nostro futuro, delle realtà artigianali e delle piccole e medie imprese che sono la spina dorsale del paese, il suo cuore produttivo». Tornando alle sfilate, la novità è che il calendario è tornato a essere di sette giorni pieni, di cui sei fortissimi (dal primo, mercoledì 22, al 27 settembre). «Un risultato raggiunto grazie all'impegno di tutti i grandi marchi - ha ricordato Mario Boselli - che hanno messo da parte piccoli e grandi egoismi, ponendo al primo posto la forza del sistema nel suo complesso». Uno sforzo supportato dalla Camera di Commercio e dalla sua agenzia Promos, dedicata all'internazionalizzazione e al marketing territoriale.

Il segretario generale Andrea Chevillard ha spiegato che le iniziative di Milano Fashion City, dal 1° settembre, avranno un portale dedicato e che verrà stampata una guida bilingue che sarà distribuita in

60 mila copie a partire dagli aeroporti e dagli alberghi. Quan-

to alle location, Palazzo Giureconsulti (messo a disposizione dalla Camera di Commercio) sarà il "fashion hub" delle sfilate, che saranno ospitate anche nella Loggia dei Mercanti, a palazzo Clerici e al Circolo Filologico. Altre due sedi, più grandi (800 e 1.400 posti) sono state promesse e verranno annunciate a settembre.

Il calendario - ha spiegato Boselli - è stato «ripulito»: niente più taglie forti, moda intima e beachwear. «È stato doloroso, ma era la condizione posta dalle case di moda che hanno partecipato al tavolo (c'erano anche i rappresentanti di Armani, Dolce & Gabbana e Marni, che non fanno parte della Camera) e che hanno accettato di impegnarsi per sostenere in modo nuovo la settimana milanese», cioè sistemandosi dal primo all'ultimo giorno in modo ben distribuito e senza temere l'assenza della grande stampa americana che - finora - aveva chiesto all'Italia di restringersi in poche giornate. Il risultato di questa svolta è che non solo Milano difende la sua fashion week, ma sarà coinvolta da tre settimane di eventi-moda, a cominciare dalla "Vogue Fashion Night Out", la notte dello shopping in programma per il 9 settembre. Per poi proseguire con le fiere del tessile, della pelle, delle scarpe, dell'abbigliamento e con tanti appuntamenti culturali: dalla serata alla Scala con Roberto Bolle, alle cinque giornate di "fashion and design", passando per la festa conclusiva di Mito-Settembre Musica, da "Taste of Milano" con 15 grandi chef e da una sfilata in piazza Duomo delle collezioni Costume National.

G.Cr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### RIVOLUZIONE

Letizia Moratti: «Eventi e sfilate per tre settimane: così la città va al rilancio e sfida Parigi»

