

È finalmente la **Milano Fashion Week** della ripresa? Il calendario della settimana della Moda milanese 22-28/02, **Milano Fashion Week Women's Collection A/I 22-23**, lo fa sperare.

I numeri parlano chiaro: 190 appuntamenti, 69 sfilate di cui 60 fisiche e 9 digitali, 101 presentazioni (86 fisiche e 15 digitali), 8 presentazioni su appuntamento e 12 eventi. È giustificato quindi l'ottimismo di **Carlo Capasa, Presidente di CNMI**. *“A dispetto dell'incertezza che ancora aleggia nell'aria e delle reali difficoltà del momento, siamo estremamente orgogliosi di presentare un calendario ricco di progetti ed eventi che confermano il ruolo chiave di Milano tra le capitali della moda mondiale. Credo che sia un segnale forte di ottimismo e positività, che infonde un nuovo slancio nel settore”*.

Positivi sono senza dubbio i ritorni di **Bottega Veneta, Diesel, Gucci, Trussardi e Plein Sport** nel calendario delle sfilate e di **La Doublej** tra le presentazioni; ma anche la presenza per la prima volta sulla passerella di Milano di nuovi brand **AC9, Ambush, Andreadamo, Aniye Records, Cormio, Ferrari, Hans Kjbenhavn, Husky, Palm Angels e Tokyo James** .

Nel calendario delle presentazioni scopriamo collaborazioni interessanti come **Max&Co Collaboration with Efisio Rocco Marras; Weekend Max Mara “Habito” by Patricia Urquiola**; e anche lì nuovi brand **Francesco Murano** vincitore nel 2020 nella categoria womenswear di “Who is on next”; **Luciano Padovan; MISS SOHEE Supported by Dolce&Gabbana; Balestra; Durazzi, Cukovy; Andrea Incontri; Ramzen; Bloke; SA SU PHI; Edoardo Gallorin, Tu Lizè e Vaishali S**. Insomma, molti volti nuovi accanto ai grandi del Made in Italy ed anche questo è un segnale positivo.

Tra gli eventi di questa Fashion Week segnaliamo **“BEYOND THE NORM. White Milano & System Preferences present a hybrid of fashion, lifestyle, exhibition and art performances”** presso il Museo MUDEC dal 24 al 27 febbraio; e sempre il 27 febbraio alle 20.30 la

proiezione speciale del documentario **"Elio Fiorucci- Free Spirit"** presso Triennale Milano; e l'evento, organizzato da Bulgari e Vogue Italia, il 27 febbraio presso l'Università Bocconi **"BVLGARI B.ZERO1 AVRORA AWARDS Celebrating women and their talent"**

Cosa è possibile evidenziare ancora attraverso il calendario? Lo spazio dato alla promozione dei giovani con una serie di iniziative focalizzate a dare visibilità a designer italiani e stranieri. Per il 2022, il **Camera Moda Fashion Trust**, iniziativa non profit il cui obiettivo è di supportare designers, che operano in Italia, aiutandoli a trasformare il loro talento in business, lancia un bando aperto a brand indipendenti che, selezionati da una giuria internazionale, avranno la possibilità di contare su un programma di supporto finanziario, business mentoring e one-on-one tutoring. In questo contesto, oltre al supporto di **Scalapay e MAX&Co**, avrà, da questa edizione, un ruolo importante la **Maison Valentino**, che si impegna a dare visibilità sul proprio canale **IG @maisonvalentino** allo show di un brand emergente. Il designer scelto per il debutto di questo progetto è **Marco Rambaldi**, la cui sfilata è in programma il 23 febbraio alle ore 12.

Il sostegno di CNMI ai giovani talenti si estende anche al mondo della fotografa. Camera Nazionale della Moda Italiana ha infatti selezionato dalla piattaforma di PhotoVogue - lanciata da Vogue Italia nel 2011, la fotografa **Eleonora d'Angelo**, che ha realizzato lo scatto della nuova campagna di comunicazione di Milano Fashion Week Women's Collection.

La scelta di localizzare il Fashion Hub all'**ADI Design Museum** evidenzia una interessante collaborazione tra CNMI e ADI che va al di là della semplice ospitalità offerta ai progetti di Moda perché capace di determinare un arricchimento dei due ambiti creativi.

I progetti ospitati dal Fashion Hub sono:

- Il progetto **"We Are Made in Italy"** (WAMI collective) che offre a 5 designer BIPOC (Sheetal Shah, Judith Borsetto, Nyny Ryke Goungou, Zineb Hazim, Romy Calzado) la

possibilità di presentare le loro collezioni all'interno di uno spazio a loro dedicato.

- Il progetto "**Designers for Ethical Fashion**" dedicato al tema della moda etica e sociale con un particolare focus sulle donne svantaggiate e vittime di violenza, migranti e rifugiati. All'interno presenti **SEP** che coinvolge oltre 500 artiste ricamatrici nel campo di Jerash, in Giordania, che ricamano accessori creati per durare per sempre; **ARA LUMIERE** che presenterà per la prima volta una collezione ready-to-wear prodotta, da donne vittime di attacchi con acido e che utilizzerà il 100% dei ricavi per supportare delle loro cure mediche e aiutarle a reintegrarsi nella società; e **Cartiera**, brand che forma e assume persone in condizione di svantaggio, principalmente rifugiati e richiedenti asilo, superando il pregiudizio che relega i lavoratori di origine straniera e mansioni non qualificate.

- La 5° edizione del progetto **Designer for the Planet** presenta 5 brand BENNU, Acidalatte, DassùYAmoroso, Vernisse, Raree Show, il cui lavoro si basa su stringenti criteri di sostenibilità ambientale.

- La 7° edizione di "**Budapest Select**", frutto della collaborazione tra CNMI e Hungarian Fashion & Design Agency, che ha l'obiettivo di supportare e promuovere un gruppo di brand emergenti ungheresi. Sette brand esporranno le loro creazioni al Fashion Hub, mentre quattro designer presenteranno le loro collezioni durante la sfilata collettiva "Budapest Select SS22 Special Show" il 26 febbraio alle 11.30. Inoltre il brand CUKOVY, terrà una presentazione il giorno 25 febbraio dalle 10.00 alle 12.30.

In occasione della serata di inaugurazione del Fashion Hub, martedì 22 febbraio alle 19.00, Camera Nazionale della Moda Italiana sosterrà alcune iniziative insieme a The Best Shops come il premio Camera Buyer rivolto ai giovani designer del Fashion Hub. Sempre al Fashion Hub, seguiranno nei giorni di Fashion Week incontri ad hoc tra i buyer ed i talenti emergenti come momento di networking e scambio di esperienze.

Sempre nel percorso di promozione dei giovani talenti, dell'internazionalizzazione e dell'inclusione, Camera Nazionale della Moda Italiana ha riconfermato il sostegno al percorso dei giovani designer del progetto **"Fashion Bridges"** realizzato insieme all'Ambasciata d'Italia in Pretoria, Sud Africa, e Polimoda, con il sostegno di ICE Agenzia, con il coinvolgimento della South African Fashion Week di Johannesburg, la partecipazione del Centro di Firenze per la Moda Italiana e il Nelson Mandela Forum Firenze. I quattro giovani talenti sudafricani (Fikile Zamagcino Sokhulu, Michael Peter Reid, Sipho Mbutu, Jacques Bam), che hanno avuto la possibilità di presentare le loro collezioni realizzate in coppia con quattro giovani designers italiani (Alessia Dovero, Julian Cerro, Domenico Orefce e Ilaria Bellomo) a settembre al Fashion Hub di CNMI e ad ottobre durante South African Fashion Week di Johannesburg, avranno ora la possibilità di far conoscere i loro brand al mondo dei buyer e retail grazie al supporto di Camera Buyer Italia-The Best Shops.

All'interno del percorso CNMI focalizzato sulla Diversity & Inclusion, ritorna anche il progetto **"Inclusive Backstage"**, realizzato in collaborazione con Wella Professionals, partner ufficiale di CNMI, e Show Division, leader globale nel supporto artistico del backstage ed esperto in training di altissimo livello rivolti a hairstylist.