



Maurizio Miri

“Ritengo la Moda un mezzo di comunicazione al servizio dell’uomo. E’ per questo motivo che creo abiti”. (Maurizio Miri)

Nato in una famiglia che da sempre si occupa di moda, Maurizio Miri scopre fin da giovane la sua vocazione per il fashion. Nel 2000 apre il suo negozio per il quale inizia a disegnare la sua linea personale; nel 2008 fonda la sua ditta omonima, con cui produce la prima collezione a marchio “Maurizio Miri”.

Durante la settimana della moda maschile di Milano a luglio 2009 e all’interno del progetto The White Club Homme, ha presentato in esclusiva la sua collezione per la primavera/estate 2010.

La sua linea è formata da capi raffinati e studiati nei dettagli, che uniscono ricerca e attenzione ai particolari con vestibilità e portabilità.

L’idea -dice- è quella di *“coniugare la sartorialità degli anni ’50, la vestibilità degli anni ’60 e ’80, il mood degli anni ’70 con l’innovazione di oggi”*.

Si delinea così uno stile unico, capace di unire innovazione e ricerca con un gusto rétro, mescolando le moderne tecnologie alle tecniche di una volta. Una collezione pensata per un uomo che vuole esprimere sé stesso con i propri abiti, riscoprendo attraverso di essi



Maurizio Miri P/E 2010

la sua sensibilità.

Abbiamo intervistato Maurizio Miri al suo debutto internazionale durante la IX Edizione di Milano Unica.

Sei soddisfatto dei risultati raggiunti alla sfilata **“On Stage”** di Milano Unica?

*“Abbiamo avuto dei riscontri molto positivi. La comunicazione e la visibilità per noi stilisti emergenti è fondamentale. La sfilata **“On Stage”** ha rappresentato per noi un confronto utile con il mercato internazionale. Volendo dare una valutazione da uno a dieci, si tratta di un trampolino di lancio”*; dipende tutto dai passi successivi che caratterizzeranno il tuo percorso.”

Quali sono i prossimi passi per accrescere la visibilità del suo marchio?

“Vogliamo lanciare un messaggio chiaro e forte. Per questo i prossimi passi saranno step importanti. L’obiettivo è quello di sfilare a Milano con una passerella tutta nostra e una nuova collezione.”



Quali sono le difficoltà che lei ha incontrato nel muovere i primi passi?

“Le difficoltà ritengo che siano intrinseche al sistema moda, in quanto il mercato è cambiato eppure vigono regole antiquate. Non è detto che le grandi idee debbano essere generate necessariamente da profili stilistici già affermati o di un certo tipo. Se ci soffermiamo a considerare la genesi delle grandi firme per l’80% si è trattato di

Maurizio Miri P/E 2010

stilisti che sono fatti da soli. Io ho riscontrato nel mio percorso le stesse problematiche di chi si è aperto strada da solo. Non ho studiato alla Marangoni o all'Accademia di Anversa ed è per questo che devo ringraziare tutti coloro che mi stanno dando una mano in questo percorso di crescita".

A quali forme di comunicazione sta pensando per dare maggiore visibilità al suo marchio?

"Mi piacerebbe poter impostare un certo tipo di comunicazione centrata sui valori, su un'etica nuova nel mondo della moda più rispettosa del consumatore. Un legame più serio sapendo qual è la posta in gioco. È un rischio che sono disposto a correre."