

**Altaroma** si arricchisce di un nuovo progetto, a favore dei giovani, particolarmente interessante che rivela non solo la mission che Altaroma si è data, ma anche la volontà di guardare oltre l’oggi e puntare ad un vero ricambio generazionale del Made in Italy. Lo promuove assieme a ICE Agenzia e lo chiama **Showcase**. “Con il progetto Showcase - spiega **Silvia Venturini Fendi Presidente di Altaroma**- estendiamo la nostra platea di riferimento a tanti giovani designer meritevoli favorendo soprattutto le opportunità di contatto con potenziali buyer nazionali ed internazionali, che sempre più numerosi si avvicinano alle nostre proposte ricercando il nuovo. Si consolida così il ruolo di *Hub* della creatività e dei giovani talenti, ....., che Altaroma è riuscita a ritagliarsi nel sistema moda italiano.”

L’obiettivo è quello di dare visibilità a brand e designer italiani emergenti fondati da non più di dieci anni. Quaranta giovani brand -dieci ogni giorno della manifestazione romana- dell’abbigliamento donna, calzature, pelletteria, bijoux e occhiali potranno mostrare le loro creazioni a potenziali buyer, alla stampa e operatori del trade, con la aspettativa concreta di potersi creare opportunità commerciali anche in ambito internazionale. In questo caso la presenza di ICE riveste un interesse particolare perché l’Agenzia può prestare loro un sostegno reale fornendo un servizio di informazione, formazione, promozione e consulenza per conoscere i mercati esteri; può aiutarli a individuare nuove opportunità, e a consolidare le relazioni internazionali. “Con Altaroma -dichiara **Michele Scannavini Presidente di Ice Agenzia**-, abbiamo tracciato un percorso di internazionalizzazione per i marchi giovani, che vedrà Showcase anche all’estero in occasione delle principali fashion week, a partire da quella di Parigi.”

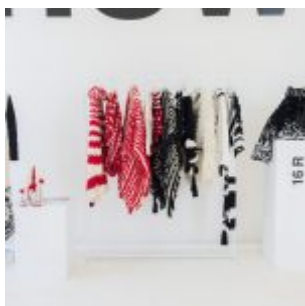
E’ il caso di dire che qualcosa si sta muovendo nel sistema moda italiano e nelle istituzioni a favore dello sviluppo internazionale del Made in Italy, ed è giusto che lo si faccia favorendo l’affermazione di nuovi talenti: ciò dimostra che il “bello ben fatto” è un valore radicato e

fecondo e riconosciuto anche per la creatività dei marchi più giovani.

Una occasione eccezionale quindi per i quaranta debuttanti del progetto, selezionati attraverso un bando pubblico che negli spazi del museo MAXXI, e suddivisi in una sorta di calendario parallelo a quello ufficiale, presenteranno le loro collezioni in spazi allestiti come piccoli atelier.

Ecco i nomi dei brand selezionati: 16 R, Casamadre, Gilberto Calzolari, Alessandra Giannetti, Noshi, Anna Porcu, Benedetta Bruziches, Frenzlauer, Luisa Tratzi e Trenta7 (giovedì 25); Morfosis, Aroma 30, A-Lab Milano, Quattromani, Co.Ro., Delirious, Pugnetti Parma, The Dots, Bams e Lamperti Milano (venerdì 26); Greta Boldini, Asciari Milano, Angelia Ami, Silvio Betterelli, Flaminia Barosini, Gaetano Pollice, Maria Lamanna, Supermarket Bag, Manfredi Manara e Annie (sabato 27) e, infine, Italo Marseglia, Nadiamari, Avaro Figlio, Edithmarcel, Isla Fontaine, 011eyewear, Visone, Woobag, Demanumea e Susana Traca Milano (domenica 28).

Particolarmente interessanti nel primo giorno, la collezione di **Romina Caproni** con il suo brand di maglieria di lusso **16R** alla ricerca di un nuovo codice di stile tale da creare con la maglieria un total look ricercato e contemporaneo. La sua ispirazione si muove tra il folk e l'arte contemporanea, mentre la realizzazione dei capi tra tecniche industriali e artigianalità puramente italiana. Il risultato è una collezione grafica e multidimensionale, innovativa.





Altro nome interessante é **Benedetta Bruziches** azienda che vende borse preziose e nasce dalla volontà di riscoprire l’artigianalità come qualcosa di antico da custodire, ma anche il valore del lavoro. Al di là del valore di creatività della sua collezione è interessante la modalità di produzione delle collezioni. Si tratta di un sistema di produzione artigianale che coinvolge gli artigiani di Caprarola e dintorni nel processo di produzione: una modalità altamente lodevole di valorizzazione delle artigianalità del territorio, ma anche di promozione di opportunità di lavoro lì dove non c’è.



Comunque interessanti tutti i brand. Casamadre con la sua filosofia di creare famiglia e le belle stampe; Alessandra Giannetti ha portato capi da volumi inediti, forme scultoree; Anna Porcu ha presentato i suoi moderni cammei; Franzlauer, Gilberto Calzolari, Luisa Tratzi,

Noshi e i suoi eterei gioielli, Trenta7.



