

Imprese & Territori Sistema moda



Ferrari. Incroci di mondi e di stili di vita



Bottega Veneta. Chic contemporaneo



Giorgio Armani. Fluidità e sottili cenni allo stile essenziale dell'Oriente



Luisa Spagnoli. L'ottimismo delle righe

Armani chiude le sfilate di Milano trasformando il rigore in eleganza

Moda donna

Bottega Veneta in equilibrio tra Dna artigianale e spinta a trasgredire e a sorprendere

Luisa Spagnoli contrappone al grigiore dei nostri tempi colore e allegria da anni 60

Angelo Flaccavento

«Il bello a vedersi rende belli anche dentro», dice **Giorgio Armani** a conclusione della settimana milanese della moda. È un messaggio, il suo, di calma e serenità, invero tempestivo tanto nel clima generale del Paese, quanto nel microcosmo del sistema. Compresa in

soli cinque giorni, questa tornata di show è apparsa energica ma fin troppo accelerata: una giornata in più sarebbe auspicabile per il futuro. «Continuo il mio discorso - prosegue Armani - ovvero esploro i temi a me cari, osservando i tempi senza troppo farmi travolgere dalle voghe del momento. È uno scontro che può anche essere duro, che mi mantiene all'erta».

Ultimo titano rimasto attivo della generazione che ha creato il fenomeno made in Italy, ormai nel pieno degli ottant'anni, Armani è più recalcitrante che mai, in permanente stato di grazia. Snocciola lezioni di armanismo una collezione dopo l'altra, puntando su una coerenza che rassicura e rasserena. Questa volta è l'Armani esotico a manifestarsi: sguardi a est verso un oriente evocato ma non meglio precisato, fluidità pervasiva, bagliori dorati e motivi mandala definiscono una collezione lieve e toccante, pensata, sono ancora

parole dell'autore, per «belle donne vestite bene». Continua intanto la reinvenzione di **Bottega Veneta** sotto la direzione creativa di Matthieu Blazy: un ritorno all'ordine, dopo la parentesi di Daniel Lee; una restaurazione di fatto, dopo la sterzata cool, che riconnette il marchio al lungo regno di Tomas Maier, con un twist in più. Presentata all'interno in una installazione di Gaetano Pesce - pavimento di resina e sedute di mille colori, rappresentazione di diversità - la collezione muove in molte direzioni, dalla «banalità perversa», parole di Blazy, di jeans e camicia a quadri, fatti però di morbida pelle, al tailoring aerodinamico, dagli jacquard pittorici alle frange danzanti. Non tutto convince, ma la visione autoriale c'è.

Muove di qua e di là, dal workwear acidato - sulla scia di Sterling Ruby - alle paillette da superstar, dall'utilitario al glamour, la moda di **Ferrari** nella visione del direttore creativo Rocco Iannone.

Questa volta, a differenza delle precedenti, la presentazione avviene in un teatro. È intima, e consente di apprezzare da vicino il lavoro attento sui vestiti. Il codice si ammorbidisce, non ultimo per l'ispirazione californiana, ma l'identità è da mettere a fuoco, perché i cavallini rampanti e i flapper languidi non sono una coppia immediatamente comprensibile, messa così.

Da **Luisa Spagnoli** si evocano gli anni Sessanta dei trapezi e dell'ottimismo. Visti i tempi grigi e aggressivi, di positività c'è proprio bisogno.

Il debutto di **Andrea Incontri** alla direzione creativa di **Benetton** è all'insegna di quella freschezza transgenerazionale, multietnica e inclusiva che da sempre caratterizza il marchio. Certo, la gloria degli anni di Oliviero Toscani e di Colors non è ripetibile, ma Incontri svolge il compito con diligenza. Si attendono, per il futuro, i guizzi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ANDREA INCONTRI PER BENETTON
Il nuovo direttore creativo non tradisce il Dna del marchio, ma porta il suo tocco pret-a-porter nella collezione per la prossima primavera-estate. In

passerella look da donna (nella foto) e da uomo, per una delle poche sfilate co-ed della settimana della moda che si è chiusa ieri a Milano, passando il testimone a Parigi

Piazza Duomo e Scala, da simboli della città a vetrine d'innovazione

Eventi multimediali

Moncler ha scelto uno show all'aperto, in teatro è stata premiata la sostenibilità

Sostenibilità e innovazione: i due temi forse più importanti dell'industria della moda contemporanea hanno ispirato gli spettacolari eventi che hanno chiuso la fashion week donna di Milano: i Sustainable Fashion Awards della Camera nazionale della moda, e lo show in piazza Duomo allestito da Moncler per celebrare i suoi primi 70 anni e guardare al futuro.

I premi, organizzati in collaborazione con la Ethical Fashion Initiative delle Nazioni Unite, sono stati assegnati al Teatro alla Scala ad aziende e persone che si sono distinte per il loro impegno nella sostenibilità. La giuria guidata da Ellen MacArthur - fondatrice della ong che prende il suo nome e fra le più attive nella promozione dell'economia circolare - ha assegnato 14 riconoscimenti: fra i più importanti, il Visionary Award a Giorgio Armani, l'Oceans Award al progetto "Sea Beyond" del gruppo Prada, quelli assegnati alla Otb Foundation e a Gucci per l'impegno filantropico e gli investimenti in agricoltura rigenerativa. Il marchio Sease di Franco e Giacomo Loro Piana ha vinto il Woolmark Company Award for Innovation, e il progetto Bottega for Bottegas di Bottega Veneta il Craft & Italian Artisanship Award. Premiata anche l'Oasi Ze-

gna di Trivero con il Biodiversity Conservation Award e Albini Group per le soluzioni sostenibili messe a punto nell'hub Albini_Next. A giovane talento Nkwo Unkwa è andato il Bicester Collection Award for Emerging Designers.

Di talenti, conosciuti e non, si è riempita piazza Duomo sabato sera, sotto una (leggera) pioggia da quarto giorno di autunno perfetta per chi vestiva Moncler. Ed erano in tanti, perché per allestire l'evento celebrativo del marchio guidato da Remo Ruffini, al quale hanno assistito, dal vivo, migliaia di persone, c'è voluto un cast di 1952 (numero che corrisponde all'anno di nascita del brand) professionisti, tra i quali modelle e modelli, musicisti e una prima ballerina della Scala. I festeggiamenti partiti da Milano proseguiranno per 70 giorni in giro per il mondo, dal vivo e online e con lanci di capi in edizione speciale.

—R.M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In Duomo. La performance Moncler

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

makeitalia®

SUPPLY CHAIN CHALLENGE

**500 STUDENTI
10 UNIVERSITÀ ITALIANE
1 SOLO TEAM VINCITORE**

Finals | 21 Settembre 2022 | Modena

Si sono tenute a Modena le **Finals** della 1° edizione italiana della **Supply Chain Challenge**, il **Campionato di Supply Chain**.
Iniziativa inedita di **Makeitalia**.



Scopri di più su makeitalia.com/supply-chain-challenge

Grazie alle aziende partner che hanno aderito all'iniziativa

DSV

Global Transport and Logistics

emmegi

FAAC TECHNOLOGIES

MANITOU ITALIA

PHILIP MORRIS IMC
INSTITUTE FOR MANUFACTURING COMPETENCES

Sidel