

MF

fashion

ONLINE SU MFFASHION.COM
LE GALLERY FOTOGRAFICHE
DELLE COLLEZIONI CRUISE 2018

Milano

regala al
Made in Italy
un festival XL

Dal 16 al 26 settembre, la città ospiterà sette installazioni realizzate da Altagamma e Confindustria insieme alle organizzazioni di settore. Investiti circa 3,3 milioni di euro

XL, come excellence ma anche come inclusività. L'eccellenza del Made in Italy proposta in una taglia extra large. Milano si prepara a vestirsi a festa in occasione della super settimana della moda, in scena dal 16 al 26 settembre, grazie al progetto Milano XL-La festa della creatività italiana, che animerà le vie e le piazze del centro grazie a installazioni scenografiche dedicate all'ar-

tigianità italiana. Un'iniziativa senza precedenti, frutto dell'accordo di sistema tra il MISE-Ministero dello Sviluppo economico e il Comune di Milano, con Confindustria e Fondazione Altagamma artefici grazie al supporto economico di Agenzia Ice, che coprirà il 75% dei costi pari a 3,3 milioni di euro. A raccontare i dettagli del progetto ieri a Palazzo Marino sono state le istituzioni, capitanate dal sindaco Giuseppe Sala.

«Milano è una città da 8 milioni di visitatori l'anno ed eventi di questo tipo sono fondamentali per esaltarne le peculiarità e celebrare il saper fare italiano», ha sottolineato il primo cittadino. Nel dettaglio, sette gigantesche installazioni, realizzate sotto la direzione artistica di Davide Rampello, animeranno alcuni

continua a pag. 11

UN ARTEFICE SPAGNOLO MADE IN ITALY FOTOGRAFATO IN PIAZZA DUOMO A MILANO. CUORE DEL PROGETTO MILANO XL

Inditex chiude a 23,31 miliardi con una crescita «solida e sostenibile»

Nel corso del suo annual general meeting, Inditex, il gruppo a cui fanno capo, tra gli altri, Zara, Massimo Dutti e Oysho, ha confermato i dati di bilancio 2016, chiuso con vendite per 23,31 miliardi di euro e profitti per 3,16 miliardi per un dividendo da 68 centesimi per azione, in crescita del 13,3% sul 2015 e dell'89% sul quinquennio. Il gruppo, che a fine anno, oltre ad aver creato 9.596 nuovi posti di lavoro, per una forza totale di 162.450 dipendenti, ha superato quota 7.200 punti vendita in 93 paesi e 41 siti di e-commerce, attraverso il suo presidente e ad Pablo Isla, ha annunciato per il mese di agosto l'ingresso fisico nel mercato bielorusso con tutti i marchi appartenenti e successivamente, a ottobre, l'apertura di uno store online sul mercato indiano. «La nostra società viaggia con una

crescita solida e sostenibile», ha detto Isla. «Siamo focalizzati sulle persone, sul talento creativo e sull'integrazione tra online e offline, oltre che su una strategia di sviluppo eco». Una politica che rientra in una logica di crescita solida e sostenibile e che si traduce, negli ultimi cinque anni, con un +69% nelle vendite a fronte di un investimento da 7 miliardi di euro. Le prossime tappe del colosso spagnolo saranno dedicate all'impegno nei confronti della sostenibilità con il rafforzamento del progetto Closing the Loop del gruppo per il riutilizzo e riciclaggio dei prodotti tessili e l'ampliamento, nel 2018, a tutte le etichette del gruppo del progetto di collezioni sostenibili già sperimentati con Zara-Join life e Oysho-Weare the change.

segue da pag. 1

punti chiave della città, raccontando le peculiarità di specifici settori. La facciata di Palazzo della Ragione in piazza della Scala si trasformerà in una biblioteca dei tessuti, grazie all'intervento di **Milano Unica** e di **Smi-Sistema moda Italia**. Galleria Vittorio Emanuele accoglierà nel suo ottagonio il salotto delle gioie, creato da **Federorafi**. La facciata del palazzo de la Rinascence sarà rivestita da *Il cosmo della bellezza*, voluto da **Cosmetica Italia** e **Cosmoprof**. Piazza San Carlo sarà palcoscenico di *Vestire il volto*, opera frutto della collaborazione di **Anfa-**

Associazione nazionale fabbricanti articoli ottici e del salotto di riferimento **Mido**. Piazza Croce Rossa accoglierà *L'ultimo dono*, realizzato da **Unic-Unione nazionale industria conciaria** e **Lineapelle**. Via Montenapoleone sarà animata da *Dalla bottega alla vetrina, il cinema delle arti e dei mestieri*, promosso da **Fondazione Altagamma**.

Mentre la piazza d'Armi del Castello Sforzesco sarà palcoscenico del *Trionfo d'amore*, realizzato da **Fiera Milano** e **Si Spositalia collezioni**. «Milano XL nasce dalla constatazione che il nostro settore non ha concorrenti né rivali nel mondo», ha aggiunto **Ivan Scalfarotto**, sottosegretario allo Sviluppo economico, ricordando come il comparto nella sua interezza conti 70 mila aziende lungo l'intera filiera, Aziende che, ha precisato **Licia Mattioli**, vice-presidente di **Confindustria** per l'internazionalizzazione: «Fatturano oltre 104 miliardi di euro, di cui 64 sui mercati esteri, e impiegano più di 600 mila addetti». Un trend positivo confermato anche nei primi cinque mesi dell'anno, durante i quali le esportazioni italiane hanno messo a segno un +8%, come evidenziato da **Michele Scannavini**, presiden-



Sopra, i rendering di alcune delle installazioni di Milano XL.



te di **Iee**. «Si tratta di una crescita che arriva dalla Cina, dal Sudest asiatico e dalla Russia», ha precisato Scannavini. «Con questa iniziativa vogliamo sferrare un potente attacco ai nostri concorrenti internazionali e affermare la leadership italiana nel settore moda allargato». Dello stesso parere è **Andrea Illy**, presidente di **Altagamma**: «Ha un grande valore simbolico il fatto che venga realizzata una collaborazione a tutto campo. Con questo evento, Milano si conferma la capitale della creatività italiana». (riproduzione riservata)

Chiara Bottoni

Awards

WOOLMARK, PREMI A DAVID LAPORT E A L'HOMME ROUGE

Svelati i due vincitori europei dei contesti dedicati ai giovani talenti

Continua l'impegno di **The Woolmark company** nel sostegno della nuova generazione di talenti. L'autorità globale della lana merino ha svelato ieri a Milano i vincitori dell'edizione 2017/18 dell'**International Woolmark prize** per l'area europea. Ovvero il marchio svedese **L'Homme rouge** disegnato da **Jonathan Härnrgren** e l'omonimo brand di **David Laport** dai Paesi Bassi sono stati scelti rispettivamente per la categoria menswear e womenswear. La giuria composta, tra gli altri, da **Damir Doma**, **Simon Lock**, founder e coo di **Ordre**, **Tiffany Hsu**, buying manager per il ready to wear di **Mytheresa** ed **Edward Buchanan**, creative director di **Sansvin06**,



I vincitori del Woolmark prize

ha privilegiato in particolare i look urban e hi-tech in tessuti di lana fine di **L'Homme rouge** e la passione per il colore unita all'attenzione sartoriale di **Laport**. I due marchi hanno ricevuto come premio una somma di 70 mila dollari (pari a circa 47 mila euro al cambio di ieri) che serviranno per sviluppare una capsule collection in lana merino che concorrerà alla finalissima

pronta a riunire i vincitori dei cinque continenti. «Un appuntamento che si conferma sempre più importante per le giovani leve dello stile e del design nella moda a livello globale. Tutto si svolge nell'ambito della promozione di questa meravigliosa fibra, la lana merino, il cui interesse sul mercato sta continuando a crescere, in particolare per quella più fine e performante rivolta al mondo dello sportswear», ha sottolineato a **MFF** **Fabrizio Servente**, global strategy advisor di **The Woolmark company**. (riproduzione riservata)

Alice Merli

Progetti

JW Anderson e Uniqlo insieme per celebrare l'heritage brit

Brit feelings. **Uniqlo** e **JW Anderson** svelano i primi look della loro collaborazione, presentando in anteprima la collezione battezzata *Lifewear* all'interno della **Tate Modern** di Londra. Come anticipato da **MFF** (vedere il numero del 29 marzo), il colosso controllato da **Fast Retailing** e la griffe guidata da **Jonathan Anderson** si sono uniti per la realizzazione di un progetto comune che celebra l'heritage inglese secondo la chiave dell'indossabilità.



«Le collaborazioni sono incredibilmente importanti nel design. Quando penso a Uniqlo, penso a cose che sono realizzate in modo perfetto, alla cui considerazione le persone hanno dedicato molto tempo», ha spiegato lo stesso **Anderson**, che ha riletto il mondo funzionale di **Uniqlo** attraverso la sua estetica cool, declinandola su capi sia uomo sia donna. «È un lavoro difficile e penso che **Uniqlo** lo faccia davvero bene. Lavorare con **Uniqlo** è probabilmente una delle possibilità di format più democratiche della moda ed è bello che i miei disegni possano essere accessibili a tutti, su livelli differenti», ha aggiunto il creativo

irlandese. 133 capi della capsule collection, che spaziano dal tartan alla maglieria e si abbinano a iconici trench e gonne in denim, saranno disponibili a partire dal 19 settembre. (riproduzione riservata)

Ludovica Tofanelli

IN EDICOLA CON MF



DUE COVER ESCLUSIVE, UN UNICO TITOLO: THE WOWNESS
CONVERSAZIONI BY STEFANO RONCATO, PER RACCONTARE IL WOV
FACTOR DEI PROTAGONISTI CHE STANNO SEGNANDO IL FASHI
SYSTEM WORLDWIDE. ALESSANDRO MICHELE DI GUCCI, NEGLI SCATTI
DI RONAN GALLAGHER, E MARIA GRAZIA CHIURI PER D&G, RITRATTA
DA KO-TA SHOUJI, IN POSA PER LE PRIME COPERTINE ITALIANE