

LA MODA UOMO

LA NOVITÀ
IL TRENO DA PITTI FIRENZE
A MILANO
L'UNIONE FA LA FORZA

EXPO EXPERIENCE
ITINERARIO SU MISURA
CON VISITA
AI PADIGLIONI PIÙ BELLI



Sfilate con un'energia nuova Capasa ci crede: «Abbiamo iniziato bene» Clima positivo al secondo giorno sulle passerelle



FOCUS

Omaggio all'Arma

Tributo ai Carabinieri da Claudio Cutuli imprenditore-designer con una capsule di scarpe in una speciale garza in fibra di polpa di faggio in filato di ortica

-MILANO-

PER TIRARE le somme è ancora presto, ma al secondo giorno di sfilate di Milano Moda uomo «si sente già un'energia nuova». Carlo Capasa, alla sua prima fashion week da presidente della Camera nazionale della moda italiana: «La settimana è iniziata bene, c'è una nuova energia dovuta a un'insieme di cose tra cui - spiega Capasa - Expo e i grandi regali fatti da Prada e Armani alla città». È legata a Expo anche una delle novità di questa edizione, la Expo Experience: «Abbiamo pensato a un itinerario su misura con visita ai padiglioni più belli, cena stellata e replicheremo questa iniziativa - annuncia - anche a settembre». Non ci saranno invece sfilate a Expo: «L'ambiente della sfilata è la città, Expo va vista per quello che è». Nuova l'iniziativa del treno dal Pitti di Firenze a Milano «per sottolineare che insieme siamo la settimana della moda più forte del mondo». A settembre aprirà anche un hub per i giovani «che vorremmo esportare anche a Londra e Parigi». Per quanto riguarda il calendario «il tentativo è di tenerlo fisso e renderlo trasparente, organizzando iniziative all'inizio e alla fine della settimana per non comprimerlo».



IN PASSERELLA
Sopra, i modelli dello stilista tedesco Philipp Plein
A destra John Richmond
e sotto un suo modello



INTANTO ha preso il via anche il fuorisalone della moda, White, anima del Tortona Fashion District, che ha aperto un'edizione le cui cifre, il 20% circa di espositori in più rispetto all'edizione di gennaio 2015, confermano il successo della formula adottata nelle ultime stagioni: collocare ogni azienda selezionata in spazi idonei a presentare sia le collezioni maschili che quelle femminili. Un po' di numeri: 20mila le presenze attese, 207 gli espositori, 71 dei quali sono solo menswear, 31 solo donna e ben 105 con entrambe le proposte (donna e uomo), insieme e nello stesso spazio. In questo modo, sommando le singole collezioni, a White saranno presentate 136 proposte donna e 176 maschili. Un omaggio all'Arma dei carabinieri la fa Claudio Cutuli, l'imprenditore-designer del brand omonimo, che ha presentato una capsule di scarpe e stole realizzate in una speciale garza in fibra di polpa di faggio e con filato di ortica. Le stampe riproducono soggetti ispirati all'Arma dei Carabinieri. I disegni sono stati realizzati usando esclusivamente pigmenti naturali. **An.Gi.**

British

Ribelle
Camicia-vestaglia cravatta e sandali per l'uomo della stilista inglese Vivienne Westwood



20

mila
Le presenze attese a White anima del Tortona Fashion district che ha aperto con il 20% di espositori in più rispetto a gennaio

176

Le proposte maschili che trovano spazio mentre sono 136 quelle femminili Confermato il successo della formula adottata nelle ultime stagioni

IL COMMENTO di EVA DESIDERIO



L'ORTO? È FASHION

COLAZIONE nell'orto di Bottega Veneta in via privata Ercole Marelli con buyer e stampa internazionale incantati dai fiori di zucca, dai pomodorini e dall'intenso profumo dei fiori di lavanda. Perché un marchio tanto sofisticato ha deciso di preferire gli ortaggi alle ortensie e alle gardenie, in segno di moderno e massimo chic. È anche questo Milano Moda Uomo ieri alla seconda giornata con belle e concrete sfilate. Ed ecco il presidente di Camera Moda Carlo Capasa che passa da un défilé all'altro e ogni tanto si ritrova coi due presidenti onorari Mario Boselli e Beppe Modenese, e giù con gli scatti e i selfie con amici e colleghi industriali.

Milano in questi giorni apre i suoi palazzi più belli come Palazzo Bocconi trasformato da Santoni, marchio di calzature eccelse, in un giardino di fiaba con tanto di pavimento di erba e cinguettio di uccelli. Tod's come sempre invade di eleganza Villa Necchi Campiglio e qui riceve il fashion people dal mondo: nella piscina naviga un mocassino iconico della maison, tutto rosso, con bandiera italiana e coda di squalotto. È la Milano della Moda che tutto il mondo ci invidia e acclama. Una città al tempo stesso aperta e segreta, popolare ed esclusiva, dove in questi giorni le boutique si riempiono di ricchi compratori a caccia di novità e di pezzi icona. Stavolta, almeno per ora, pochi vip ma forse i parterre cresceranno da oggi.