MF fashion il primo quotidiano della moda e del lusso Anno XXXIV n. 209 Direttore ed editore **Paolo Panerai** - Direttore **Stefano Roncato**

MF fashion

25.10.22

ONLINE SU MFFASHION.COM LE GALLERY FOTOGRAFICHE DELLE COLLEZIONI P-E 2023

LA GALLERIA VITTORIO EMANUELE A MILANO

Mfgs2022 al via nel segno delle sfide

Si apre oggi la 21ª edizione del Milano fashion global summit organizzato da Class Editori Riflettori puntati su temi dalla sostenibilità alla filiera, dal digital al metaverso e scenari economici tra guerra in Ucraina e pandemia. Tra gli ospiti, i ceo di Gucci, Moncler, Zegna, Dolce&Gabbana, Etro e Brunello Cucinelli

Prende il via oggi la XXI edizione del Mfgs-Milano Fashion Global Summit, appuntamento organizzato da Class editori con Cnmi-Camera nazionale della moda in veste di istitutional partner, che fino a giovedì 27 ottobre approfondirà le principali tematiche legate al mondo della moda e del lusso, partendo dal confronto sugli scenari attuali e futuri bruscamente cambiati in seguito agli eventi del 2022. Dopo lo stop dovuto alla prima ondata di Covid, le aziende erano ripartite con entusiasmo e fiducia; tuttavia, il quadro generale si è ulteriormente complicato con il proseguire della pandemia e lo scoppio della guerra in Ucraina, con la conseguente impennata dellØinflazione e dei costi dellØenergia. Per capire quali siano le strategie da attuare e i modelli di business vincenti, l'evento punterà i riflettori su imprenditori, manager e stilisti che approfondiranno le sfide di oggi tra geopolitica e metaverso, toccando altresì le tematiche relative alle nuove tecnologie e gli aspetti che riguardano la sostenibilità, dalla filiera alla green transition, con un passaggio di testimone il 28 ottobre al Venice sustainable fashion forum, di cui Class editori è media partner. La prima giornata, che ha il titolo

continua a pag. II

BLACKSTAGE di Giampietro Baudo

Art & fashion conversation

Che arte e moda abbiano sempre dialogato tra di loro è un dato di fatto. Ma a tirare le fila di una liaison che sembra essere sempre più forte, con i grandi gruppi del fashion system pronti a colonizzare le fiere globali dell'arte o a colonizzare l'art system tra fondazioni e acquisizioni è un nuovo book che debutterà nelle prossime settimane tra Europa e Stati Uniti. Intitolato *Art X fashion: Fashion inspired by art*, il book edito da **Rizzoli Electa** è stato curato dalla storica dell'arte **Nancy Hall-Duncan** con la collaborazione di **Valerie Steele**, direttrice e curatrice del **The Museum** at the **Fit-Fashion institute of technology**, che ha realizzato anche la prefazione del libro. L'idea alla base delle 176 pagine di questo book-album è una conversazione, scandita da 75 immagini, in cui le creazioni spettacolari di alcuni mostri sacri della moda contemporanea dialogano con opere di arte antica e moderna. Puntando i riflettori su come le due discipline estetiche, da sempre, siano protagoniste di un dialogo serrato. Oltre a quelle più canoniche e conosciute di **Gabrielle Coco Chanel** o **Elsa Schiaparelli**, con geni come **Pablo Picasso** o **Salvador Dalí**, fino a **Yves Saint Laurent** e il suo omaggio a **Piet Mondrian**, nelle pagine del volume grande spazio viene dato a **John Galliano** e ai suoi anni al timone di **Dior**, quando per la haute couture si ispirava alle maschere egizie di **Tutankhamun**, alle opere di **Arcimboldo**, di **Gustav Klimt** o di **Katsushika Hokusai**. In scena anche i parallelismi tra la designer cinese **Guo Pei** e le opere di **Diego Velázquez**, tra **Martin Margiela** e **Paul Gaugin** o tra **Iris Van Herpen** con **Paul Delvaux**, alla scoperta di connessioni inattese e decisamente fuori dal comune. Nel racconto d'insieme grande spazio viene dato anche alla storia più recente, quando l'arte ha iniziato a strizzare l'occhio al business complice proprio la moda. Ovvero con progetti di co-lab che hanno portato all'attenzione del grande pubblico il lavoro di **Keith Haring** e di **Kaws**, ma anche di **Steven Sprouse**, **Yayoi Kusama** o **Takashi Murakami** che grazie a **Louis Vuitton** hanno dato il via a un filone di collaborazioni dal sapore intellettuale. Più recentemente lo stesso è avvenuto con **Raf Simons** e **Sterling Ruby** ma anche con **Kerby Jean-Raymond** e **Derrick Adams**. A definire una nuova idea di art-à-porter. (riproduzione riservata)

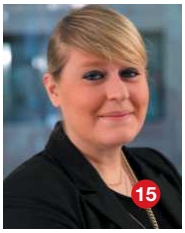
I protagonisti del summit

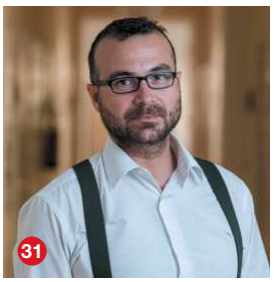
Dal ceo di Gucci, Marco Bizzarri, a Remo Ruffini di Moncler, dallo stilista Tommy Hifliger alle generazioni a confronto dei Rosso e degli Zegna, tutti gli speaker dell'edizione 2022

continua a pag. II

Megachallenges, fornirà una overview generale del mercato del fashion & luxury. Ad aprire i lavori della mattinata saranno **Paolo Panerai**, editor in chief e ceo di **Class Editori**, e il presidente di **Cnmi**, **Carlo Capasa**. (vedere intervista a pagina IV). A seguire, uno dei grandi protagonisti dell'edizione 2022, il ceo di **Moncler Remo Ruffini**, con cui si parlerà dei nuovi progetti del brand, che il mese scorso ha celebrato i suoi 70 anni con un maxi evento in piazza Duomo a Milano (vedere *MFF* del 27/09), in occasione della fashion week meneghina dedicata alle collezioni donna primavera-etate 2023. La linea passerà poi a **Marco Bizzarri**, presidente e amministratore delegato di **Gucci**, che in un panel dedicato condividerà le sue riflessioni riguardo alcuni passaggi rivoluzionari del mondo fashion. La stessa maison italiana, parte del gruppo **Kering**, grazie a Bizzarri come timoniere insieme al direttore creativo **Alessandro Michele** è passata da 3 a oltre 10 miliardi di fatturatro e si avvia verso i 15 miliardi di ricavi. Un successo frutto di uno stile che ha saputo essere al passo con i tempi grazie al suo approccio estetico educativo e contemporaneo, oltre che a una strategia comunicativa vincente. Presenti in mattinata saranno poi i keynote speaker **Alfonso Dolce** e **Fabrizio Cardinali**, rispettivamente ceo di **Dolce&Gabbana** e ceo di **Etro**, marchio storico che ha visto a settembre la prima collezione firmata da **Marco De Vincenzo** nell'ambito del progetto del nuovo azionista **L Catterton**. Di grande interesse sono senz'altro le due tavole rotonde «Generazioni a confronto» con **Renzo** e **Stefano Rosso** di **Otb** e quella con **Gildo** ed **Edoardo Zegna**, saranno dedicate alle prospettive e ai caratteri vincenti di un family business capace di proiettarsi su scala internazionale. Una fotografia del panorama finanziario sarà scattata nel panel dedicato ai capitali e ai luxury goods, dove interverranno bankers e private equity come **Roberta Benaglia**, ad di **Style capital**, **Roberto Costa**, managing director e head of global luxury investment banking di **Citi group**, **Francesca Diviccaro**, responsabile industry retail&luxury, divisione Imi corporate & investment banking di **Intesa Sanpaolo**, **Alessandro Binello**, ceo di **Quadrivio group**, **Chiara Rotelli**, executive director e senior equity analyst luxury goods di **Mediobanca** e **GianErnesto Bernardi**, head of M&A di **Jp Morgan**. A chiudere il cerchio sarà infine **Francesco Pieri** di **Temera**, leader nell'Iot solutions. **Metadesign, the technology vision** è invece il titolo del day 2, dove si susseguiranno diverse riflessioni sia sulle applicazioni di nuovi sistemi IT in grado di migliorare la digital experience dentro e fuori l'azienda sia sul nuovo, alternativo, spazio del Metaverso tanto amato dalla Gen Z. In questo quadro racconterà la sua personale visione lo stilista americano **Tommy Hilfiger**, tornato in passerella lo scorso 12 settembre nella cornice della **New York fashion week** con uno show evento che non solo ha immerso il pubblico in una sfilata esperienziale nel multiverso ma ha anche unito il défilé fisico e il mondo virtuale nel livestream grazie agli avatar delle star Superplastic (vedere *MFF* del 14/09). A seguire, il panel con **Livio Proli**, ad di **Missoni**, brand che durante la settimana della moda meneghina ha esordito con la nuova guida creativa di **Filippo Grazioli**. Il numero uno della casa che fa parte del fondo **Fsi** di **Maurizio Tamagnini**, passerà in rassegna le sfide del mercato mantenendo un focus sull'artigianalità. Un altro protagonista assoluto del mercato, ospite il 26 al MFGS è **Brunello Cucinelli**, che porterà la testimonianza del capitalismo umanistico con cui affrontare il nuovo paradigma economico. Durante la mattinata sono inoltre previsti approfondimenti su argomenti come le nuove frontiere sempre più immersive e coinvolgenti dello shopping online, il valore del fatto a mano nell'era digitale, la wearable technology, la definizione di una buona governance hi-tech o l'avanzata di nuovi poli del lusso nati in Paesi avanza-

I giurati del Mf supply chain awards 2021, da sinistra: Stefano Roncato, Raffaello Napoleone, Carlo Capasa, Gabriele Capolino, Flavio Sciuccati, Arcangelo D'Onofrio e Giulia Pessani





ti come la Cina. Oltre a Venini, questi temi saranno affrontati da **Valentina Corbetta** di **Veepee**, **Luca Tonello** di **Deda group**, **Francesco Passone** di **Klarna**, **Matteo Marzotto** di **Minerva hub**, **Luca Colombo** di **Meta**. All'insegna della green culture sarà invece la terza giornata, **Slowbalization & sustainable supply chain**, dove si guarderà ancora più al futuro analizzando i diversi strumenti innovativi e le nuove metodologie etiche applicate all'intera filiera. Il cambiamento climatico, come le necessità legate all'attuale situazione socioeconomica hanno infatti portato a un'importante riflessione riguardo il rispetto per l'ambiente, la tracciabilità dei prodotti e l'impiego dell'alta tecnologia per migliorare l'intero sistema, rendendolo più responsabile e al passo con i tempi. Ad aprire i lavori sarà il panel «Il sostegno alla filiera italiana» con protagonista **Carlo Ferro**, presidente di **Ice agenzia**, seguito da **Luca Arnaboldi**, presidente di **Amcham Italy** e da **Claudio Marenzi**, amministratore delegato di **Herno**, che illustrerà l'ascesa dell'urban e dell'active sportwear e il conseguente gradimento da parte anche della nuova generazione dei consumatori. Interverranno nei vari dibattiti anche **Alessandro Giancane** di **Vesenda** con **Jacopo Thun Hohenstein** di **Tailoor** e cio di **Successori Reda**, **Domenico Zonin** di **Zonin1821**, **Alessandro Pescara** di **Borbonese**, **Giuseppe Santoni** di **Santoni**, **Jacopo Schettini Gherardini** di **Standard Ethics** e **Giuseppe Donanzan** di **Prismatech**. Infine, la giornata terminerà con una tavola rotonda dedicata alle strategie vincenti per l'innovazione, insieme a **Fabio Canali**, presidente Sud Europa e Nord Africa di **Lectra** e **Alfredo Zordan**, ceo di **Zordan**. A chiudere il cerchio sarà poi un quarto appuntamento, il 28 ottobre, che sarà seguito da **Class Cnbc** e dai media di Class Editori, che si inserisce nella cornice del «Venice sustainable fashion forum», un progetto nato da **Ambrosetti**, **Smi-Sistema moda Italia**, **Cnmi** e **Confindustria Venezia**. Tutti gli interventi del **MFGS-Milano fashion global summit** sono visibili in diretta su Class Cnbc (canale 507 di **Sky**) in streaming sui siti **milanofinanza.it**, **salonedellostudente.it** e su piattaforma Zoom previa registrazione su **classagora.it**. (riproduzione riservata).

Camilla Bordoni

Dal green al tech, tutti i partner dell'edizione 2022

Dopo due anni di pandemia e la guerra scoppiata tra Ucraina e Russia, il binomio moda-lusso si trova ad affrontare un periodo complesso. A riflettere su tale questione sono i numero uno, manager ed imprenditori che operano nel settore e che al **MFGS-Milano fashion global summit 2022**, in partenza oggi, interverranno in diversi panel, condividendo la loro esperienza e le loro opinioni su molteplici topic. Oltre all'intervento in apertura di **Carlo Capasa**, presidente di **Cnmi-Camera nazionale della moda italiana**, institutional partner della kermesse, a dare un quadro sul panorama tecnologico sono invece **Temera**, **Vesenda** e **Klarna**, realtà che per l'occasione indossano la veste di daily partner del summit. Oltre all'aspetto hi-tech, la tematica della sostenibilità sarà ovviamente centrale per capire al meglio i costi e quanto questo valore impatti sulla filiera per i brand del lusso, un argomento che il main partner **Intesa Sanpaolo** ha deciso di approfondire con **Stefania Trenti**. Alla rassegna saranno presenti alle diverse tavole rotonde anche **Dedagroup**, **Borbonese**, **Fsi**, **Ice**, **Lectra**, **Quadrivio group**, **Style capital** e **Santoni**, questi ultimi tutti summit partner insieme a **Gama professional** e **Canepa**. Questa sera saranno assegnati nel corso di un gala dinner al **Circolo filologico di Milano** (*nella foto*) gli **MF Supply chain awards**. I premiati riceveranno una scultura di **Venini**, technical partner dell'evento, insieme a **Ruinart** e **T'a Milano**. (riproduzione riservata)

Nelle foto: Paolo Panerai (1), Carlo Capasa (2), Remo Ruffini (3), Marco Bizzarri (4), Renzo Rosso (5), Stefano Rosso (6), Edoardo Zegna (7), Gildo Zegna (8), Alfonso Dolce (9), Fabrizio Cardinali (10), Alessandro Binello (11) , Roberta Benaglia (12), GianErnesto Bernardi (13), Roberto Costa (14), Francesca Diviccaro (15), Chiara Rotelli (16), Francesco Pieri (17), Tommy Hilfiger (18), Livio Proli (19), Francesco Passone (20), Luca Tonello (21), Matteo Marzotto (22), Brunello Cucinelli (23), Luca Colombo (24), Valentina Corbetta (25), Carlo Ferro (26), Luca Arnaboldi (27), Claudio Marenzi (28), Stefania Trenti (29), Jacopo Schettini Gherardini (30), Alessandro Giancane (31), Jacopo Thun (32), Francesco Zonin (33), Alessandro Pescara (34), Giuseppe Santoni (35), Giuseppe Donanzan (36), Fabio Canali (37), Alfredo Zordan (38)

Interviste

Capasa: «Dal **nuovo esecutivo** all'energia, i piani del **Made in Italy**»

«Con Giorgetti all'economia potremo lavorare fattivamente», spiega a *MFF* il presidente di Cnmi. «Le priorità ora sono il caro bollette e i costi, la lotta alla contraffazione e aiuti per transizione ecologica e digitalizzazione». **Tommaso Palazzi**

«Credo che **Giancarlo Giorgetti**, con cui avevamo collaborato quando dirigeva il **Mise** ad aprile 2021 nel pieno della crisi pandemica, conosca la rilevanza del nostro settore e ne abbia già dato prova», spiega a *MFF* **Carlo Capasa**, presidente di **Cnmi-Camera nazionale della moda italiana**, da 20 anni partner del **MFGS-Milano fashion global summit**, al via oggi. «Confido possa realizzare un grande lavoro al Ministero dell'economia e sono certo che collaboreremo fattivamente». Se il tema di quest'anno sono le sfide, ecco quelle che il Made in Italy dovrà affrontare secondo Capasa, che sottolinea già le esigenze del comparto al nuovo governo.

Il MFGS si apre oggi. Quali scenari per la moda?

La moda è la seconda industria del nostro Paese. È un'industria unica. Negli ultimi anni abbiamo riscontrato una coesione sempre più forte tra i brand, che è decisiva anche per definire gli scenari per il futuro.

Cosa serve alla moda dal governo appena insediato?

Le priorità attuali sono sicuramente il caro bollette e l'aumento dei costi operativi, la necessità di impegnarsi nella lotta alla contraffazione, aiuti per la transizione ecologica per digitalizzare i distretti e sicuramente pianificare investimenti sulla formazione nonché la narrazione del nostro settore. È fondamentale infatti raccontare i mestieri che rendono il comparto unico al mondo per continuare ad investire nella formazione dei giovani, facendo loro scoprire la bellezza delle professioni artigiane.

Carlo Capasa di Cnmi

Il ritorno di Giorgetti al Mise è un buon segnale?

Credo che Giancarlo Giorgetti, con cui avevamo collaborato quando dirigeva il Mise ad aprile 2021 nel pieno della crisi pandemica, conosca la rilevanza del settore e ne abbia già dato prova. Confido possa realizzare un grande lavoro al Ministero dell'economia e sono certo che collaboreremo fattivamente.

Cosa si aspetta per questo 2022 per il comparto?

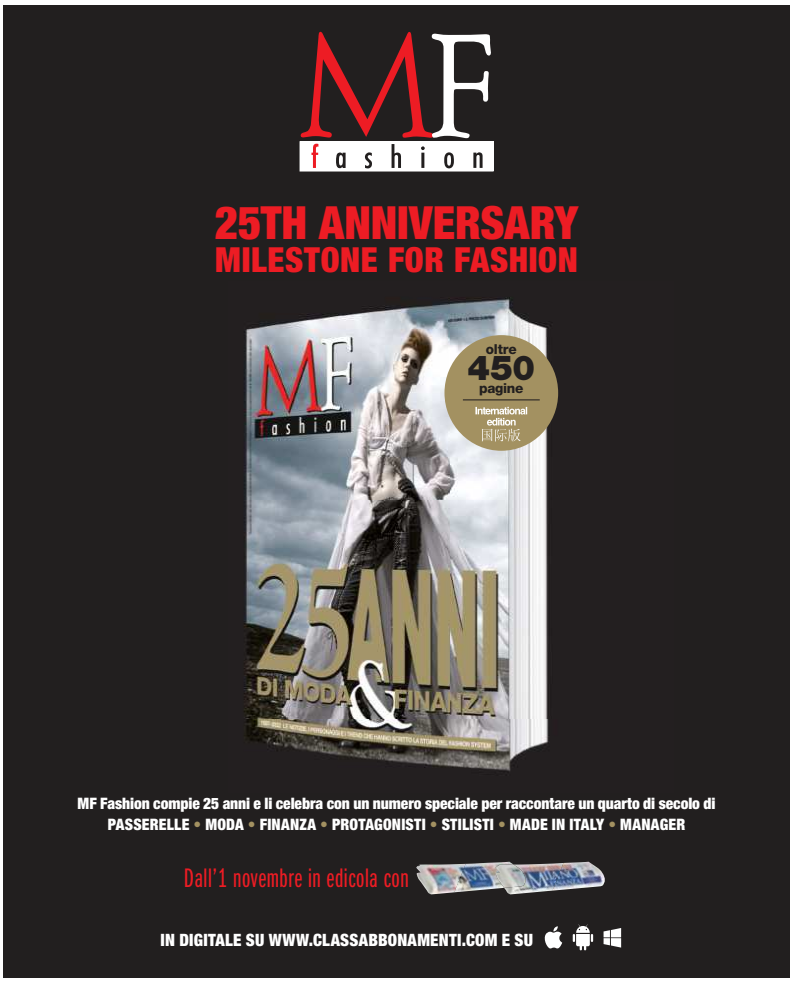
Le nostre aspettative per il 2022 sono positive; ci aspettiamo numeri migliori anche rispetto al 2019, anno pre-Covid, con un fatturato che si aggirerà intorno ai 92 miliardi, in forte crescita anche per quanto riguarda l'export.

Quali sono le sfide per il Made in Italy?

Le sfide future per il Made in Italy sono riposte in un impegno sempre maggiore nella sostenibilità sociale e ambientale, la lotta alla contraffazione, la digitalizzazione delle aziende a tutti i livelli, includendo dei progetti condivisi nei distretti e la formazione della nuova forza lavoro nonché l'approfondimento di una narrazione qualitativa per descrivere al meglio le nostre eccellenze.

Questa settimana vedrà un passaggio di testimone tra Milano e Venezia. La moda è al centro di una riflessione più ampia?

Assolutamente. Abbiamo voluto inserire il **Venice sustainable fashion forum** subito dopo il MFGS per continuare a coinvolgere la nostra filiera. Come Cnmi abbiamo organizzato la giornata di lavori insieme a **Smi-Sistema moda Italia**, mettendo a disposizione dell'industria il nostro know-how derivato da più di dieci anni di lavoro sull'implementazione di pratiche sostenibili adottate dai nostri associati, oltre ai protocolli, linee guide e Tavoli di lavoro, sviluppati insieme a realtà internazionali come la **Ethical fashion initiative** delle **Nazioni unite** e la **Ellen MacArthur foundation**. (riproduzione riservata)



Progetti

MOSCHINO LANCIA LA DENIM LABEL M05CH1N0 JEANS

Il brand debutterà con la pre-fall 2023 a maggio. La prima collezione celebra e percorre storia e tradizione del denim

Moschino svela **M05CH1N0 jeans**. La nuova linea farà il suo debutto il prossimo maggio con la collezione pre-fall 2023 in una rete selezionata di negozi e sul sito ufficiale del brand del gruppo **Aeffe**. Al lancio seguirà poi la stagione fall-winter 2023/24, con una collezione principale. I capi e gli accessori della linea si ispirano alla tradizione del denim, proponendo una rivisitazione della storica label Moschino jeans disegnata da **Franco Moschino**, che dal 1986 incarna lo spirito tradizionale della cultura del jeans declinandoli in modo contemporaneo da un punto di vista di design e produzione. La nuova linea rende omaggio ai valori della griffe, che si è sempre distinta per la sua sottile ironia e per l'utilizzo di simboli culturali come veicolo di messaggi artistici. Dalle radici europee fino alla cultura pop americana, M05CH1N0 jeans ripercorre la storia di questo tessuto, che dall'essere un capo iconico del mondo rock è passato alle passerelle, arrivando a infine a essere esposto nei musei. Il brand fa inoltre suoi il trompe-l'oeil e la dicotomia tra approccio industriale e di design che caratterizzano la maison principale. La collezione comprende abbigliamento e accessori in puro denim, ma anche in chambray, cotone, jersey, velluto e pelle. Ogni capo rende omaggio allo stile Moschino, ma con uno speciale «jeans twist» in cui gli emblemi del classico denim come i rivetti e i bottoni metallici vengono trasportati su altri tessuti e materiali in cui le impunture ad arco sulle tasche, utilizzate per la storica Moschino jeans, rimangono come tratto distintivo. (riproduzione riservata)

M05CH1NO JEANS

Il logo della nuova linea

Annachiara Gaggino