

e il passerella con lo streaming

Maria-Vittoria Alfonsi

Con felice intuizione -cui si univa un filo di speranza per un oggi migliore, purtroppo cancellato dal dannato coronavirus- a settembre si sono potute svolgere manifestazioni quali la Mostra del Cinema a Venezia, e -dal 22 al 28- la settimana della moda a Milano.

Una "Fashion Week" che, come ha comunicato con giusto orgoglio la Camera Nazionale della Moda- ha raggiunto complessivamente 43.141.784 play nel solo canale streaming e ha generato direttamente 516.227 visualizzazioni dirette. Inoltre, grazie ai suoi streaming partner (The New York Times, Kommersant Publishing House, Tencent Video, The Asahi Shimbun), i contenuti ne sono stati amplificati in tutto il mondo, coprendo così in contemporanea tutte le "time zones".

La settimana della moda a Milano in settembre avrebbe dunque raggiunto sui social network (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube e Weibo) 618.017.787 utenti creandone un impegno di 15.201.953, raggiungendo (Print, Web e Social Media) 35.482.952 euro, con una crescita del 352% sui media Web e Social rispetto alla settimana della moda digitale di luglio. Carlo Capasa, Presidente della Camera della Moda, fra l'altro ha commentato: «Siamo molto soddisfatti di questa settimana della moda a Milano, essendo riusciti ad avere 22 sfilate fisiche, 62 presentazioni in presenza, rispettando tutte le precauzioni, oltre a 41 sfilate digitali. Immagino un futuro con un ritorno all'emozione delle sfilate, con la consapevolezza che il digitale è uno strumento imprescindibile per amplificare i nostri messaggi e creare un ponte che avvicina».

Intanto, continua l'espansione della nostra moda :

Claudio Marenzi, presidente e ad di Herno (azienda fondata nel 1948 a Lesa, sul Lago Maggiore, da suo padre Giuseppe), e dal 2013 allo scorso luglio presidente di Sistema Moda Italia e Confindustria Moda, ha deciso di entrare, con due aperture, a Pechino e Shanghai: rispondendo a precise richieste del mercato cinese che, ora, predilige i nostri prodotti; inoltre, parallelamente, sviluppa l' e-commerce in partnership con "The Level Group", forte realtà internazionale del settore.

Cina, dalla quale è arrivata Zhao Huizhon col suo marchio HUI: signora della moda cinese, curatore del Centennial Fashion Museum di Shenzhen (dove ha aperto il suo 23° punto vendita "in patria"), amante dell'Italia (master conseguito al Politecnico di Milano), ha presentato con successo la sua collezione alla Milano Fashion Week.

E mentre mascherine, contagi, distanziamento e simili purtroppo invadono cronache d'ogni genere, a Roma si è coraggiosamente inaugurato -offrendo una ventata di ottimismo- il Teatro dell'Opera, e si è svolta la 15a edizione della Mostra del Cinema. Con la consueta "parata di stelle" che hanno portato ancora una volta sugli scudi le creazioni dei nostri stilisti.

Ma la moda ritorna nelle sue più svariate espressioni in occasione di "Aprimoda" (24/25 ottobre), aggiungendo nel suo straordinario percorso anche Trussardi, che aprirà la storica dimora Casa Trussardi di Bergamo, aggiungendo un forte contributo alla scoperta del "saper fare" caratteristico delle eccellenze italiane.

Nel frattempo "SiSposaItalia Collezioni" annuncia l'edizione che si terrà a FieraMilanoCity dal 9 al 12 aprile 2021. Augurandoci che sia un'autentica serena primavera.

