

STILI-TENDENZE

Il nuovo format di **Altaroma** scommette sui giovani

di Nicoletta Picchio



I nomi nuovi sono molti: arrivano dalle selezioni del concorso "Who is on next?", altri dalle accademie, altri ancora dai contatti internazionali. Novità che si affiancano alle firme storiche, come Balestra e Gattinoni.

Altaroma ha preso il via: quattro giorni di eventi che hanno il baricentro nel Guido Reni District, un nuovo grande spazio, ma che coinvolgono tutta la città. Accanto alla moda c'è molta arte in questa edizione di **Altaroma**, con un filo rosso che lega il calendario: spazio ai giovani e grande attenzione alla formazione. «Ormai il progetto di **Altaroma** si è consolidato. Abbiamo unito la tradizione della couture con le novità e la ricerca dei giovani talenti». La presidente Silvia **Venturini Fendi** ripercorre le tappe degli ultimi anni: già 13 anni fa, racconta, **Altaroma** ha avuto l'intuizione di dedicarsi ai giovani, dando il via a Who is on next?, realizzato con Vogue Italia.

Oggi la missione di **Altaroma** è lo scouting di giovani talenti, l'offerta di un palcoscenico alle start up e lo sviluppo della creatività. «Roma in questa sfida è il luogo ideale: una realtà inserita nel passato che diventa la culla del nuovo. E il gran numero di eventi, mostre, aperture di negozi che si affiancano alla moda dimostrano che la città risponde», continua Silvia **Venturini Fendi**. **Altaroma** è divisa in tre sezioni. *Intown* è destinata alle iniziative connesse alla moda che si svolgono in questi quattro giorni, dal ciclo di lezioni sui grandi protagonisti della fotografia alla performance degli studenti del corso di culture e tecnologie della moda dell'Accademia di Belle arti di Roma, all'inaugurazione del negozio di Chiara Boni, alla mostra di Penone (si veda l'articolo in pagina).

Fashion hub è dedicata allo scouting, alla formazione e promozione dei creativi emergenti: per esempio, i finalisti di Who is on next? presentano le collezioni autunno-inverno 2017-2018 al Guido Reni District in un allestimento creato da una studentessa della facoltà di architettura a La Sapienza di Roma. Prosegue la collaborazione con Coin Excelsior per lo scouting, è arrivato alla quarta edizione Portfolio Review: gli studenti under 40 di scuole, università e accademie presentano i propri lavori a Sara Maino, senior editor di Vogue Italia e Vogue Talent, e Simonetta Gianfelici, talent scout di Who is on next?.

Atelier infine è il contenitore di sfilate, presentazioni di maison di couture, neo-couture, sartorie e artigianalità. The Secret of couture, che si tiene per la seconda volta, dà la possibilità di raccontare quattro griffe, Jabotian, Paris, Grimaldi e Bazaza, interpretati dal fotografo Jeff Bark mettendo in relazione la moda e la tecnologia.

«Il nostro è un format liquido, non ci sono solo le sfilate. Anche perché sono molto costose», dice la presidente. Ciò si unisce ad un concetto contemporaneo di alta moda, «neo-couture, dove si lavora molto su volumi, forme e costruzione degli abiti». In questa sezione ci sono i nomi storici, tra cui Balestra, Gattinoni, insieme a Giada Curti, Rani Zakhem. Attenzione ai giovani anche per loro: nell'edizione di luglio, anticipa Federica Balestra, tornerà l'evento Blu Balestra, giovani che reinterpretano i capi del grande sarto, nei toni del suo caratteristico blu.

Gattinoni sfilerà questa sera alla Link Campus University: lo stesso Campus ha organizzato un master per i beni di lusso e da settembre

cominceranno corsi sulle nuove professionalità della moda, come racconta Stefano Dominella, presidente della maison e coordinatore dei corsi. «Con questa nostra caratterizzazione siamo un tassello importante nel disegno più grande della moda italiana, c'è grande collaborazione con Firenze e Milano. Il ministero dello Sviluppo l'ha capito», continua Silvia Venturini Fendi. Il Mise infatti ha concesso finanziamenti già dall'anno scorso. Nel 2017 ci saranno a disposizione 750mila euro per gennaio e altrettanti per luglio. A questi si aggiungono, sempre per il 2017, i 360mila dei soci. Una cifra che è stata aumentata nella riunione di mercoledì, raddoppiando i 180mila decisi inizialmente, con un taglio del 75% rispetto al 2016. «È difficile programmare, anche cercare sponsor per i progetti. Ma la creatività – conclude la presidente – non manca. E andiamo avanti».

TAG: Nicoletta Picchio, Federica Balestra, Who, Gattinoni, Silvia Venturini Fendi, Vogue, Link Campus University, Roma