

Cinecittà diventa hub dei giovani stilisti

Sottilaro a pag. 17

Altaroma e Ice promuovono il made in Italy con Showcase. Asse con la London fashion week

Cinecittà hub della moda giovane I talenti chiamati a disegnare anche le divise del Colosseo

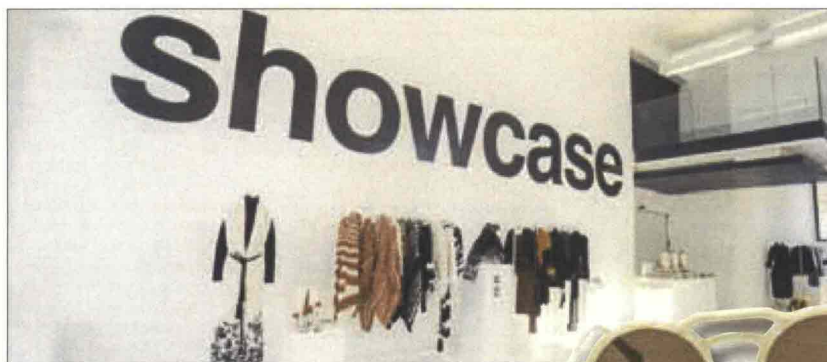
Pagina a cura di FRANCESCA SOTTILARO

«**L**a moda deve ripartire dai talenti capaci di farsi interpreti del made in Italy. Compito dell'industria è sostenerli». **Silvia Venturini Fendi**, presidente della piattaforma per i giovani **Altaroma**, ha presentato ieri a Milano assieme a Ice-Agenzia il progetto Showcase che dal 28 al 30 giugno vuole trasformare la Capitale e Cinecittà nell'hub italiano dei creativi emergenti.

Il ministero per lo sviluppo economico ha stanziato fino a gennaio 2019 «47 milioni di euro per il comparto tessile abbigliamento moda», ha ribadito ieri **Ferdinando Fiore**, dirigente di Ice Roma, ma se la pratica sul made in Italy non è ancora passata al vaglio del nuovo governo, i cantieri della creatività non si fermano.

Showcase, arrivato alla seconda edizione, si sposta dal museo Maxxi, dove ha debuttato lo scorso gennaio, alla città del cinema, che ospiterà durante le sfilate di Altaroma 60 marchi fondati da non più di dieci anni e produttori di

Silvia Venturini Fendi



L'allestimento di Showcase dello scorso gennaio e, a destra, il brand di occhiali 011 Eyewear di scena alla manifestazione

made in Italy. Parallelemente ci sarà una mostra sull'icona dello spettacolo **Raffaella Carrà** e lo stile da lei creato, oltre alla proiezione del film sullo stilista **Roberto Capucci**, prima di un tour europeo.

In generale tutta Cinecittà vuole aprirsi ai giovani candidandosi a polo per le arti, dalla moda al cinema e perfino ai videogiochi in un progetto di filiera. «Cinecittà ha un immenso passato da condividere e non avendo mai smesso di acquistare materiale fotografico e audiovisivo in 100 e passa anni dell'attività dell'Istituto Luce può essere considerata il motore di ricerca per eccellenza per l'industria del cinema e del costume», ha raccontato **Roberto Cicutto**, ceo di Istituto Luce-Cinecittà, il braccio operativo per il mondo del cinema del ministero dei beni e delle attività culturali. «A

maggio siamo diventati video game hub, anche per avvicinare i giovani alla drammaturgia delle immagini attraverso i videogiochi e ora vogliamo che la moda, come i costumi di scena, possa essere nuovo spunto per celebrare la creatività e lo stile».

Showcase sarà «vetrina ma soprattutto momento commerciale», ha ribadito il rappresentante di Ice Roma. I 60 giovani stilisti, dalla moda all'eyewear, si alterneranno incontrando buyer esteri, dall'Azerbaijan agli Stati Uniti. E, in un'ottica di promozione e internazionalizzazione del made in Italy,

la manifestazione approderà poi alla London fashion week, trampolino di lancio per eccellenza dei giovani stilisti, grazie alla collaborazione con Ice Londra.

«Il progetto è in crescita», sottolinea **Venturini Fendi**. «Coinvolge sempre più brand contemporanei che accedono tramite un bando e una selezione delle startup più interessanti in termini di creatività, qualità di prodotto, ricerca e capacità produttiva. L'obiettivo di Showcase è quello di mettere in connessione diretta brand e nuovi talenti con potenziali buyer».

Non ci sono però solo vetrine per i talenti della moda, ma anche concrete possibilità di creare qualcosa di importante per la città di Roma. «I creativi in erba, sempre tramite bando, potranno accedere infatti alla selezione per disegnare le nuove divise del personale del Polo archeologico del Colosseo (Pac)», spiega a *ItaliaOggi* **Venturini Fendi**, mentre tutto il complesso che include l'Anfiteatro Flavio (Colosseo), l'Arco di Costantino, la Domus Aurea, il Foro romano e Palatino e la Meta Sudans sarà oggetto di un restyling del logo e della comunicazione a partire dalle prossime settimane.

© Riproduzione riservata