

Eventi

MFF apre la settimana della moda con il progetto *The 100 Fashion Icons*

Con presenze di peso della creative industry, un cocktail inaugura le passerelle maschili per accendere i riflettori sul progetto editoriale, che racconta cento capi simbolo dello stile internazionale. Tra video experience e contributi d'autore, la community si è ritrovata al completo. Riflettendo su cosa rende un trend immortale. **Tommaso Palazzi**

Da Carlo Capasa di Cnmi a Antonio De Matteis di Pitti immagine, da Anna Dello Russo a Antonio Marras con la moglie Patrizia. Da Giuseppe Santoni a Diego Dolcini e Sara Sozzani Maino, da Pat Buchanan ai fotografi Stefano Guindani e Alan Gelati. E poi ancora content creator come Tamu McPherson, Luigi Giaretti fino a Piero Piazzi, presidente della model agency Women o Umberta Gnutti Beretta di Cnmi Fashion trust. La fashion community non si fa attendere e si presenta numerosa per l'inaugurazione di *The 100 Fashion Icons*, il nuovo progetto editoriale di *MF Fashion* che ha aperto ufficialmente la Milano fashion week uomo. Un cocktail-evento dentro la Samsung SmartThings home, spazio iper-

Quaranta voices spiegano cosa è per loro un'icona

Sono 40 personalità della cultura, dell'arte, della finanza e della fashion community a riflettere sul significato di icona oggi. Il progetto, svelato nel corso della serata, si completa con due video experience: un fashion film che celebra le 100 icone dal making of alla passerella, dal red carpet allo storytelling; e un'installazione multimediale (nella foto, a sinistra) che coinvolge 40 protagonisti del mondo della moda, della cultura e della creative community. Artisti come Francesco Vezzoli, content creator come Mattia Stanga o Anna Dello Russo, celebrity stylist come Nick Cerioni, il presidente di Camera moda Carlo Capasa e il ceo di Pitti Immagine Raffaello Napoleone, personalità come Carla Sozzani o

Umberta Gnutti Beretta, ma anche manager della cultura come Paolo Besana del Teatro alla Scala o Cristiano De Lorenzo di Christie's, da Riccardo Grassi di RG showroom a Piero Piazzi di Women models, sono stati invitati a riflettere sul significato del termine «icona» oggi. Le risposte vanno da Jonathan Anderson a Georgia O'Keeffe, da André Leon Talley ad Anna Piaggi, passando per riflessioni a volte sottili su come la nascita di un'icona parta dal riconoscimento collettivo. Insomma,



una consacrazione fatta da tutti e ciascuno. Forse un tocco di democrazia pop. E magari uno spunto su cui tornare a riflettere. (riproduzione riservata) **Tommaso Palazzi**

tecnologico nel cuore della città, dove luci al neon, video experiences e un Dj set firmato Dorian Tarantini con nove maxischermi creano un'atmosfera immersiva. Come in una galleria d'arte contemporanea, i volti scorrono uno dopo l'altro mentre le voci raccontano cosa rende davvero un'icona della moda. Risposte sorprendenti e personali, che spaziano da oggetti a volti, da memorie intime a riferimenti culturali. Carla Sozzani, presidente cita Georgia O'Keeffe, mentre il nome di Franca Sozzani ricorre più volte, evocato con affetto e ammirazione da molti degli intervistati. Mentre Francesco Vezzoli cita Ornella Vanoni, mentre l'artista è nel pieno della sua nuova mostra al Centre Pompidou di Metz con opere commissionate dal Louvre di Parigi. Nel libro ci sono anche le riflessioni di Olivier Saillard, già direttore del musée Galliera di Parigi e curatore adesso di una mostra su Balenciaga al Museo del Tessuto di Prato, e quelle del filosofo Emanuele Coccia, autore con Alessandro Michele di un libro che è già culto. O Maria Luisa Frisa, teorica della moda e curatore di una grande mostra al Maxxi di Roma. Ma cosa rende un capo un'icona? Cosa trasforma un oggetto da moda del momento a mito intergenerazionale? Pezzi che diventano speciali quasi per caso, simboli in cui riconoscersi e farsi riconoscere. E questo il cuore di *The 100 Fashion Icons*, il libro-magazine in edizione limitata ideato da *MF Fashion*, che raccoglie cento fashion item. Dal cappello Borsalino alla Kelly di Hermès, dalla giacca Bar di Dior al gommino di Tod's, passando per i nuovi cult del 2025, il volume costruisce un atlante sentimentale che unisce creazioni eterne e fiammate di desiderio. Raccontati come opere d'arte, numerati come pezzi da collezione, questi oggetti si susseguono in un percorso per immagini accompagnato da una narrazione trasversale. L'intento non è solo quello di celebrare, ma di restituire con sguardo critico ed emozionale cosa significa oggi essere iconici nella moda. (riproduzione riservata)



Nelle foto, alcuni ospiti dell'evento. Da sinistra Antonio De Matteis, Stefano Roncato, Carlo Capasa (1), Antonio e Patrizia Marras (2), Anna Dello Russo (3), Riccardo Grassi (4), Tamu MacPherson (5), Alessandro Enriquez (6), Giuseppe Santoni (7), Michelle Ngomo (8), Umberta Gnutti Beretta (9), Paula Cademartori (10) e Piero Piazzi (11)