

Tendenze. Mi Milano prêt-a-porter si apre venerdì 25 settembre all'insegna di un concept innovativo con forte interazione tra fashion e home decor

## Il design e la moda vanno meglio a braccetto

di **Evelina Marchesini**

**I**nterrogativo: è la moda a essere entrata prepotentemente nel mondo dell'arredamento o è l'inverso, cioè è quest'ultimo a conquistare sempre più spazi nell'esclusivo universo del fashion? Libera risposta e libera interpretazione, ma di certo le contaminazioni incrociate hanno segnato una svolta nelle abitudini di vita dei consumatori, acquirenti di immobili, mobili o monili che siano.

A dare una sorta di sigillo ufficiale alle sempre maggiori interazioni tra fashion e home design sarà "Mi Milano prêt-a-porter" che si svolgerà dal 25 al 28 settembre a FieraMilanoCity (Portello), in pratica il rifacimento della vecchia MilanoVendeModa, il cui concept completamente nuovo si basa sull'interazione tra la moda - protagonista - l'arte, il design e il food. Aperta al pubblico (anche se solo in parte), ospiterà nell'area design aziende simbolo dell'arredamento. Per esempio, sarà presente Moroso, marchio leader nel comparto divani, poltrone e complementi d'arredo che si avvale della collaborazione di un pool di designer tra cui Ron Arad, Patricia Urquiola, Ross Lovegrove, Konstantin Grcic, Alfredo Häberli, Tom Dixon, Javier Mariscal e Marcel Wanders. Ci sarà poi Artemide che illuminerà l'area tendenza con l'installazione dell'innovativo sistema di illuminazione a sorgente *Rgb led coldiod tube light*, creando atmosfere con i colori di tendenza per la prossima stagione primavera-estate 2010.

Giorgio Armani, Roberto Cavalli, Gianni Versace, Moschino, Missoni, Krizia hanno prima dettato legge in tema di moda e costume per poi votarsi al *must* del nuovo millennio, l'*home decor*, più recentemente e

più democraticamente percorso da altri *fashion symbols* come Zara e Diesel. Quando l'immobiliare deve testimoniare universalmente la propria vocazione di alta gamma, soprattutto all'estero, la via obbligata è proprio questa: grattacieli, hotel, appartamenti sopra i 10mila euro al metro quadro "devono" avere oggetti d'arredo unici, disegnati e firmati dalle griffe della moda. Il *lifestyle brand* a 360 gradi - ovvero, ti vesti dalla testa ai piedi, ti profumi e ti arredi anche la casa - è una via ormai irrinunciabile, soprattutto in termini di ritorni economici, della moda. Poco importa chi abbia contaminato l'altro, perché il *deco-stylist* e il produttore di griffe a braccetto camminano decisamente più spediti.

### MARCHI ITALIANI

Alla manifestazione spazio ai produttori di arredamento come Moroso e Artemide, mentre le griffe spingono il *lifestyle brand* a 360 gradi



**Colore.** Un pezzo della collezione 2009 di Moroso