



Frigerio, meglio conosciuta come “il Tappezziere” è un’attività familiare nata nel 1977 con Mario Frigerio e sua moglie Maria Brambilla. Successivamente l’azienda venne ereditata da Elio, i suoi Fratelli e lo storico operaio Vittorio.

Inizialmente le loro vendite erano solo regionali. Con il passare degli anni, però, grazie alla pubblicità sono riusciti a far conoscere il loro nome anche all’estero, in luoghi come Londra, Parigi, Saint Tropez e Dubai.

FRIGERIO





IL QUADRILATERO DELLA MODA

Il Quadrilatero della moda è famoso per le sue vie ricche delle più importanti griffe di moda mondiali.

Questo quartiere è chiamato in questo modo poiché possiede quattro vie che formano un quadrilatero vero e proprio.

Via Monte Napoleone, Via Alessandro Manzoni, Via della Spiga ed infine Corso Venezia.



Oltre agli abiti, il Quadrilatero della Moda è costellato di gioiellerie e profumerie appartenenti alle case di moda più influenti.

E' una zona molto frequentata anche solo per fare una bella passeggiata e ammirare la bellezza delle vetrine.



MILANO FASHION WEEK 2020

La Fashion week nel 2020 è iniziata a febbraio.

In questo periodo è iniziato uno dei momenti più complicati anche per la moda.

Due sole sfilate della fashion week 2020 si sono svolte in presenza: Dolce & Gabbana e Prada.



Dolce & Gabbana



Prada

FASHION WEEK 2021

In questo anno verranno utilizzati solo i nomi dei designer e dei brand italiani

Solo *cinque brand* non hanno rinunciato alla sfilata in passerella:

DOLCE & GABBANA


FENDI


ETRO

SOLID
H O M M E

 K-WAY®

Numerosi brand hanno deciso di sfilare in modo digitale:

Ermenegildo Zegna  brand che aprirà l'evento

Poi a seguire altri 43 brand

ALBERTA FERRETTI



LOVE
MOSCHINO®

GUCCI




Ci saranno tutti i contenuti dei marchi presenti in calendario, comprese le stanze tematiche, al fine di approfondire, con esperti del settore, argomenti come sostenibilità ed inclusione.

In quest'edizione torna la sezione dedicata agli showroom virtuali con la piena partecipazione della città, grazie al maxischermo di Urban Vision.

LA SOSTENIBILITA'

La sostenibilità è uno dei pilastri della strategia che la Camera Nazionale della Moda Italiana dal 2010 ha posto come un valore essenziale del sistema moda italiano.



Ha come obiettivo pensare la moda attraverso un percorso che permetta di raggiungere più alti livelli di sostenibilità in base ai fattori produttivi, ambientali e sociali.



- Nel 2011 CNMI ha istituito il **Tavolo di Lavoro sulla Sostenibilità**.

- La priorità delle aziende è quella di rendere misurabile l'impatto ambientale.

Questo può avvenire se le aziende sono supportate in questo percorso facendo rete con i governi e le istituzioni.

- I valori fondamentali sono la condivisione, la solidarietà, l'altruismo



GREEN CARPET

Ogni anno, dal 2017, la Camera Nazionale della Moda Italiana, in collaborazione con Eco-Age, conferisce premi a stilisti artigiani e personalità che si sono adoperati per la sostenibilità con una manifestazione: il Green Carpet Fashion Awards.

L'ultimo Green Carpet si è tenuto il 10 ottobre 2020 in forma digitale alla Scala di Milano, a porte chiuse.





Perché c'è bisogno di un settore dell'abbigliamento più sostenibile?

Siamo arrivati ad un punto di saturazione nel settore della moda. I problemi principali sono due:

-Sovrapproduzione

-Sovra consumo

Quale potrebbe essere la soluzione?

Una soluzione potrebbe essere riutilizzare degli abiti che altrimenti finirebbero in una discarica o in un inceneritore, trasformandoli in nuove risorse.

GUCCI

CHANGEMAKERS

EQUILIBRIUM

Gucci Equilibrium si occupa di generare un cambiamento positivo per le *persone* e per il nostro *pianeta*.

Esso lavora per *ridurre l'impatto ambientale* e *tutelare la natura*. Con la Culture of Purpose dimostra i valori attraverso percorsi innovativi di sostenibilità sociale e ambientale.

Gucci Equilibrium racchiude i principi e le azioni che perseguiamo per *trattare al meglio il mondo*.

STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Gucci si impegna per promuovere un modello di business dal 2015, quando ha annunciato la strategia «Culture of Purpose», sostenuta da una serie di obiettivi rivolti ad ambiente e persone, da raggiungere entro il 2025.



CARBON NEUTRAL



La strategia per il clima è guidata dall'approccio Carbon Neutral che prevede come priorità di evitare e ridurre gli impatti ambientali e, solo come misura finale, di compensare annualmente le emissioni di gas serra residue. A partire dal 2018, Gucci è completamente Carbon Neutral sia nelle proprie attività sia nell'intera catena di fornitura.

LE SFILATE

In linea con l'approccio Carbon neutral, hanno deciso di far certificare ISO 20121 tutte le sfilate moda firmate Gucci. A partire dalla sfilata Primavera Estate 2020, vengono scelti materiali sostenibili e catering locali.

A questo proposito, Gucci lancia la nuova linea "Off The Grid", una collezione sostenibile realizzata con tessuti riciclati.



RIFORESTAZIONE URBANA FORESTAMI

Per compensare le emissioni di gas a effetto serra prodotte dagli eventi, Gucci pianta un albero per ogni partecipante alle sfilate. Questa iniziativa ha permesso di contribuire al progetto di riforestazione urbana ForestaMI, grazie alla donazione di migliaia di alberi al Comune di Milano.



ORIGINI

Ermenegildo Zegna è un'azienda italiana di abbigliamento di lusso maschile, fondata nel 1910 in Piemonte.

E' una delle imprese italiane più note a livello internazionale.

Il debutto di Ermenegildo Zegna avviene nella prima metà degli anni 50 con l'apertura di una boutique in centro a Milano.

Nel '93 nasce l'Oasi Zegna come luogo pubblico, progetto fortemente sostenuto da sia i proprietari dell'azienda che la popolazione Biellese.



Ermenegildo Zegna



PROGETTO ZEGNA FOREST

Attraverso la piattaforma zegnaforest.fondazionezegna.org è possibile regalare un albero o fare una donazione, sostenendo l'ambiente.

Con 110 euro viene piantato un albero, un costo che comprende le operazioni di pulizia e di preparazione del terreno, la piantumazione e la cura.



SFILATA INVERNO 2020

Ermenegildo Zegna, accompagnato da Alessandro Sartori, ha scelto L'UPCYCLING come approccio moderno alla sartorialità.

UPCYCLING

La collezione si compone di capi ottenuti dal riutilizzo di materie prime naturali e sintetiche, in modo che i materiali siano riutilizzati in modo sostenibile.



VANITY FAIR

Vanity Fair dal 1983, è una rivista mensile statunitense con sede a New York.

Tratta costume, cultura, moda e politica e negli ultimi anni si sta impegnando a promuovere la moda sostenibile, pubblicando articoli e rubriche riguardanti questo argomento.

VF

MODA VINTAGE

VANITY FAIR

Lo stile vintage che nasce in America tra gli anni '60 e '70 grazie agli hippie che vedevano questo stile come una forma di ribellione.

Le parole chiave della moda vintage oggi sono qualità e originalità sempre a basso costo.

È ritenuta sostenibile perché acquistando capi già esistenti si limita così la produzione di nuovi capi.



H&M CONSCIOUS EXCLUSIVE

H&M da diversi anni è attento al concept di una moda sostenibile ed ecologica invitando i suoi clienti a non gettare i capi ma a portarli in negozio per riciclarli.

Inoltre, ha lanciato una nuova collezione per il 2020- 2021, chiamata H&M Conscious Exclusive, creata con materiali riciclati oppure ottenuti da rifiuti provenienti da fonti sostenibili e con tessuti innovativi.





FARFETCH

Farfetch ha creato un calcolatore di sostenibilità che permetterà a chiunque di poter pesare l'impatto ambientale del proprio shopping.

Mostra la media di emissioni di carbonio, consumo d'acqua, produzione di rifiuti e vantaggi ambientali e permette di seguire la filiera di produzione degli abiti.

