



MODA & DESIGN

Istanbul, la nuova capitale del glamour

Gabbiano
a pagina 43

Nel 2010 sarà la capitale della cultura, ma oggi scommette anche sulla moda. Ed è già partito il primo appuntamento con le grandi firme

Istanbul, il rinascimento passa dalla porta del lusso

“La città più vivace e creativa d’Europa”

MARCELLA GABBIANO

Istanbul
Nel 2010 sarà capitale europea della cultura. Quest’anno, per parlare solo degli ultimi due mesi, ha ospitato la biennale d’arte, l’Iff (Istanbul film festival) e la settimana della cultura italiana. Istanbul, il ponte tra Europa e Asia, la porta d’Oriente, sta vivendo un ennesimo rinascimento. L’energia vitale si sente, si “tocca” camminando tra i quartieri storici (che fanno parte della lista dell’Unesco del patrimonio dell’umanità) e le altre vie della città. La potenza architettonica dei palazzi e delle moschee fa da sfondo ai nuovi atelier e laboratori della moda, del design e alla miriade di locali, bar, ristoranti, bistrot che animano la “movida” turca. Dei quindici milioni di persone che vivono a Istanbul, il 75 per cento ha meno di 35 anni ed è la quinta metropoli al mondo per numero di “bilionari”. Uno scenario ricco di potenzialità tutte da sfruttare.

«In questo momento Istanbul è la città più vivace e creativa d’Europa. La ricchezza che c’è qui è di gente che vuole mostrarla» dice Hakan

**Tre giorni
di sfilate
con Cavalli,
Ferragamo,
Missoni
e la Westwood**

Baykam. E’ per questo che la s u a Baykam&Rbm (società specializzata in brand management con sedi a Milano e Istanbul) insieme a Img (colosso dello sport entertainment e motore delle più prestigiose fashion week del mondo) nelle scorse settimane ha dato vita a Fashionable Istanbul (23-25 ottobre), tre giorni di sfilate che hanno portato sul Bosforo alcune grandi firme del fashion come Cavalli, Ferragamo, Ferrè, Missoni e Vivienne Westwood. Ma ha anche offerto la passerella ai nuovi talenti del design turco che hanno fatto sfilare le loro creazioni, con la promessa che i migliori faranno uno stage nelle maison dei “big”.

«In un paese in cui la moda e la ricchezza sono esibite - spiega Maia Guarnaccia vicepresidente di Img Fashion Europe - la gente ha bisogno di associare la griffe a un volto identificabile. Per questo abbiamo invitato gli stilisti che sono molto amati in Turchia». Ed effettivamente le “facce” di Roberto Cavalli, Angela Missoni, Vivienne Westwood, Tommaso Aquilano e Roberto Rimondi (sti-

listi di Ferrè) e Massimiliano Giornetti (per Ferragamo) hanno avuto molto risalto sulle pagine dei giornali. Dal canto loro le griffe hanno dimostrato grande interesse per questa prima manifestazione che, visti i più che incoraggianti risultati, nel 2010 avrà due appuntamenti in calendario. «Istanbul è una città di seduzione e mistero. Un ponte geografico e culturale molto importante» dice Roberto Cavalli che alla Fashionable ha mandato in passerella anche alcuni must di collezioni passate. Più pragmatica Angela Missoni, a Istanbul con la collezione primavera/estate 2010, racconta: «Una buona opportunità. La Turchia e Istanbul stanno diventando per noi un mercato molto interessante. Con una tradizione tessile eccellente e una mano d’opera capace, esperta. E a costi molto più bassi rispetto al nostro mercato». La rivoluzionaria Westwood assicura che questo «è il momento adatto per rafforzare il nostro brand in un



mercato nuovo, vivace e creativo come quello turco». Tutti d'accordo: questa Fashionable Istanbul ha debuttato in grande stile. Va detto che ha fatto molto parlare di sé anche per la presenza di alcune star arrivate sul *red carpet* come amici degli stilisti (Bruce Willis e Afe) e della *top model* Bar Refaeli, testimonial dell'evento. Un evento che vuole accendere i riflettori su Istanbul portandola a diventare una tappa "obbligata" nel calendario internazionale della moda. Con il doppio obiettivo: da un lato offrire l'opportunità ai marchi del *fashion* (sia internazionali che locali) di avere una vetrina importante. Dall'altro creare un volano per il business della moda turca. «Ci sono tante realtà interessanti, aziende tessili e dell'abbigliamento che vogliono farsi conoscere. La nostra iniziativa

I nuovi talenti del design turco hanno fatto passerella con i big

r a c c o n t a
Baykam - porterà valore a tutta la filiera».

I presupposti ci sono tutti. «Oggi la Turchia - spiega Maia Guernaccia - è

come l'Italia degli anni Sessanta del secolo scorso: grande artigianalità, sapienza manifatturiera, creatività e mano d'opera esperta. Mancava però un "marchio". Quell'*allure*, per esempio, che veniva riconosciuta ai francesi nella moda. Poi, come sappiamo, il nostro Paese è riuscito a esprimere il suo *made in Italy*». Fashionable Istanbul è un primo passo verso la creazione del "made in Turchia" d'eccellenza? Città e governo turco credono molto nell'iniziativa e hanno appoggiato il progetto firmato Baykam-Igm, che in questa prima edizione ha richiesto un investimento di 2,5 milioni di euro. Ed è stata realizzata a tempi record. Basta dire che la piattaforma per le sfilate "galleggiante" sul Bosforo è stata costruita in due settimane da 300 persone che hanno lavorato ventiquattro ore al giorno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA