



MADMOOD, Milano Fashion Week, Luna Berlusconi celebra la donna "curvy" con un'opera d'arte "divina"

domenica, 15 settembre 2019



Al Baglioni Carlton Hotel di Milano è stato presentato l'evento MadMood, dedicato al rilancio della donna curvy; l'evento si terrà mercoledì 18 e giovedì 19 settembre presso il Palazzo dei Giureconsulti di piazza

Mercanti con le sfilate della Milano Fashion Week che presenteranno le collezioni Donna primavera/estate 2020.



Il tema prescelto è "Divina" e verrà cristallizzato in una vera e propria icona grazie ad una tavola realizzata da Luna Berlusconi (nipote di Silvio).

"Amo dipingere il corpo delle donne, esaltandone le

forme e la femminilità – spiega Luna Berlusconi– quello che cerco di trasmettere è la sensualità: con questa parola non intendo la perfezione che propongono pubblicità e riviste, ma un'energia che viene da dentro, una sicurezza che rende qualsiasi donna unica e bellissima. Le forme della mia Divina sono un inno alle donne, un grido che invita a lasciarsi alle spalle gli stereotipi e a cercare la bellezza dentro di sé."

La sesta edizione di questo evento moda organizzato da Mad Mood, uno dei format più audaci e particolari presenti sulla piazza milanese ideato da Marianna Miceli, prevede una vera e propria celebrazione della donna e delle sue forme in tutti i modi possibili, dall'arte su tela al body painting passando per la fotografia professionale.

MadMood ha lanciato un contest fotografico diretto da Biagio Duca che avrà luogo per tutta la durata della manifestazione: sarà la prima volta all'interno di una sfilata di moda internazionale. Canon sarà Digital Imaging Partner della manifestazione e inoltre, per i vincitori del contest MadMood, organizzerà un workshop fotografico che sarà tenuto da un docente Canon esperto di moda.



Fulcro della manifestazione saranno anche i festeggiamenti per i 50 anni di Assomoda (Associazione agenti e distributori della moda e dello sport), che prese vita nel 1969 a Milano: il culmine delle celebrazioni

è previsto con il party di chiusura del 19 settembre alle 20 presso il Baglioni Carlton Hotel, alla presenza del presidente onorario della Camera della Moda Italiana Mario Boselli che premierà i migliori designer, make up artist, acconciatori e modelle presenti alla kermesse milanese.

Il presidente di Assomoda, Giulio Di Sabato, ricorda che «Assomoda è nata nel 1969 a Milano e festeggia proprio quest'anno i suoi cinquant'anni di attività. Un percorso importante che ha visto Assomoda organizzare negli anni settanta la prima grande manifestazione del "pret a porter" femminile, Milanovendemoda, e nel periodo successivo consolidare il suo ruolo di anello di congiunzione tra aziende produttrici e retailer come punto di riferimento della distribuzione della moda in Italia e nel mondo».

Le sfilate presenteranno il lifestyle internazionale raccontando territori e culture provenienti da tutto il mondo attraverso la moda e le collezioni di stilisti internazionali: il 18 settembre alle 16 sfileranno Grace (Italia), Madamm (Italia), Aidar Khan (Kazakistan), Marosetti Bag (Belgio), RockStarr Designer Wear (Stati Uniti); alle 17 Aliya Sagdi (Kazakistan), Anor vs BBS (Uzbekistan), Zalkar (Kirghizistan), Carmen Clemente Couture (Italia), Dalila Recchia (Italia), Imen Design (Italia); alle 19 Istituto Cordella (Italia), Siluet by Noila Usmonova (Uzbekistan), Pimpi Smith (Argentina), Valeria Cataudella (Italia), 8 1/2 (Italia), Agatha Ruiz De La Prada (Spagna).

Per il 19 settembre alle 15 è prevista la partecipazione di Pasqui Altieri (Italia), Marosetti Bag (Belgio), Michele Casto (Italia), Pia Carregal (Argentina), Grace (Italia), O'cantos (Argentina), Elissena Riccio Couture (Italia), mentre alle 17 sarà la volta di Suzana Peric (Serbia), Seta & Luna (Gran Bretagna), Liset Alvarez (Italia/Cuba), Dmnd (Italia), Nigora Hashimova (Uzbekistan), Tanya Lyubenova Radeva (Bulgaria), Isabella Di Matteo (Italia).

Un contesto internazionale di tutto rispetto: a questo proposito, la manifestazione ha ottenuto il patrocinio del consolato dell'Argentina in Italia.

La collaborazione internazionale con Excellence Magazine, media partner per l'Europa, Stati Uniti e i Paesi Arabi, connota l'evento moda Mad Mood come un vero e proprio laboratorio di stile "globale" che riunisce le principali fonti di nuove esperienze delle economie emergenti nel mondo del fashion odierno.

Inoltre, grazie alla preziosa collaborazione di Nadia Murabet come partner tecnico-progettuale, si punta anche ad esportare il format milanese nei Paesi emergenti: un progetto che unisce la moda a tutti i prodotti simbolo del Made in Italy e che si inserisce in un piano più ampio e strutturato di internazionalizzazione delle aziende italiane, guidato da un team strategico di esperti del settore.

Altra sinergia fondamentale per questa edizione è quella con l'associazione culturale Le Boteriane di Laura Panigatti, catalizzatore d'eccellenza della bellezza curvy che prenderà forma anche attraverso la partecipazione di Francesca Giuliano (formosa protagonista del programma televisivo "Avanti un Altro" in onda su Canale 5), reduce dal "red carpet" della Mostra del Cinema di Venezia 2019.

Altro asso nella manica della manifestazione è rappresentato dal beauty brand italiano B-SELFIE, che ha lanciato il primo filler fai-da-te che si applica come un cerotto, sarà beauty partner di Mad Mood Fashion Week Milano 2019 con l'innovativa linea B-SELFIE Skincare Filler System. In collaborazione con il partner VOR Make Up di Valeria Orlando, B-SELFIE sarà il partner di bellezza delle modelle protagoniste delle sfilate ed è proprio in questo contesto che saranno trainanti alcuni tra i più famosi prodotti della linea beauty B-SELFIE che hanno decretato il successo nel mondo dello skincare.

Una nota importante va formulata per il body painting, performance artistica che sarà ampiamente utilizzata dalle modelle sotto la direzione di Emma Camputaro: inoltre, nel corso di una pausa prevista fra i blocchi delle sfilate, saliranno in passerella modelle futuristiche che presenteranno cinque modelli di abiti che copriranno solo la metà del corpo. L'altra metà sarà dipinta, lasciando spazio alla fantasia e all'immaginazione del pubblico presente.

Molto significativa anche la partecipazione di Assotemporary, l'associazione nazionale che rappresenta l'innovativo ambito dei temporary spaces, dagli shops agli offices. Rappresentata dal suo segretario generale, Massimo Costa, ha nei suoi dieci anni di attività consentito a molti designers di utilizzare location commerciali a Milano e in altre città italiane, per importanti iniziative di marketing e di vendita delle collezioni direttamente al pubblico.

"Siamo lieti di aver preso parte alla celebrazione della femminilità in tutte le sue forme insieme a MadMood e alle altre realtà partner coinvolte nel progetto – afferma Lorenzo Soleri il Direttore del Baglioni Carlton Hotel -. Milano e tutto il sistema moda finalmente dimostrano di essere sempre più attenti e sensibili alla tematica della femminilità formosa, che esula dai codici estetici classici, spesso standard di perfezione irreali".

Punto di forza di questa edizione la collaborazione con il partner **Cosmoprof Worldwide Bologna**, l'evento più importante al mondo dedicato all'intera industria cosmetica. La piattaforma Cosmoprof è nata in Italia ma è presente anche in America, in Asia, in India e celebra la bellezza in molti altri angoli del globo, nelle differenti culture.

Questa intesa ha ispirato la **MadMood Pharmaline**, una linea di creme viso "anti-age" prodotte dalla ricerca dei laboratori della **farmacia Tili** di Como, che verrà presentata nel corso della manifestazione.

Di fondamentale importanza anche il sodalizio con la **Miracle Africa International Foundation**, una partnership che intende sostenere concretamente il talento, spesso sconosciuto ma prezioso, di tanti stilisti africani che potranno essere portati alla ribalta nelle aree geografiche più importanti del mondo.

Il legame professionale con la **Serbia Fashion Week**, **Asian Designer Week** e **Aspara Fashion Week** sottolinea questo intento assieme alla competenza dell'**Istituto Cordella**.

Infine, parlando di solidarietà, il 18 e 19 settembre partirà il progetto "Food is Fashion Love Yourself", promosso e coordinato da **Paul Grilli Portigliotti** e supportato dal **CAD Sociale International** e del quale sarà madrina **Marianna Miceli**, che verrà anche nominata **Ambasciatrice di Pace del CAD International**.

Soffermandoci sugli aspetti tecnici, il successo di questo evento è anche merito della professionalità dei team di hair stylist e truccatori, rispettivamente **Officina Paar e Vor**, le postazioni trucco **Cantoni** e le mani ispirate dei parrucchieri **Enzo Rizzo e Pikada** che utilizzano i prodotti **Monacelli Italy**.

A questo proposito è importante sottolineare anche la competenza e il talento del **Salone Veronika** e del **Hair Studio Ilaria & Linda**.

E ancora, le modelle della **AG Agency** saranno truccate anche da **Elisa Lecci**, **Antonella Vadruccio** ed **Iris Schiavone**, mentre il body painting vedrà la collaborazione di **Aba Italia**.

Il contest fotografico e tutto il settore fotografia necessita di grande professionalità e talento: per questo **Kioki**, **Bam** e **Omai** saranno presenti con il loro prezioso contributo.

L'area fotografia si avvarrà anche della collaborazione della **Galleria Ania Lilith Gallery** e il progetto **Art Fabrique** di **Stefania Sammarro**, oltre allo **Studio Il Fotografo**.

Anche i dettagli sono importanti: l'arredo floreale di Green Design accompagnerà i protagonisti della manifestazione assieme alle delicate essenze di Aroma Design e alle opere d'arte della galleria Laura Tartarelli.

Si brinderà inoltre con il delicato vino rosè di MyRò, le calzature di Guido Maggi vestiranno i piedi delle modelle mentre i monopattini di My Footbike accelereranno gli spostamenti nel backstage.

La diretta radiofonica dell'evento sarà curata da Radio Torino Sound mentre la segreteria dell'evento è stata digitalizzata grazie al software Trippus, realizzato da Xenia Lab International.