

Mad Mood, talento e creatività pugliese alla settimana della moda

A partire da oggi Mad Mood, il format salentino di promozione territoriale, per tre giorni sarà a Milano durante la settimana della moda per valorizzare le eccellenze pugliesi nei settori fashion/design e food.

Nella storica location di Palazzo Giureconsulti a due passi dal Duomo, dal 22 al 24 settembre 2017 durante la settimana della moda milanese, Mad Mood, che già dalla pronuncia del nome richiama la sua essenza "mediterranea", racconta il territorio pugliese e il suo lifestyle attraverso il binomio fashion e food, e, dunque, attraverso la tradizione e l'innovazione proposti da brand pugliesi.

Quest'anno l'identità pugliese del format è ancora più rafforzata dall'accordo di co-branding stipulato con Pugliapromozione, l'agenzia regionale per il Turismo.

Le tre giornate a Milano si apriranno con i saluti istituzionali di Loredana Capone, assessore all'industria turistica e culturale della Regione Puglia: "Con Mad Mood abbiamo scelto di portare la Puglia all'interno di una delle principali vetrine mondiali dedicate alla moda, la Milano Fashion Week. La settimana della moda milanese, che fa parte delle 'Big Four', ossia delle quattro città più importanti della moda mondiale insieme a New York, Londra e Parigi, ospita ogni anno migliaia di persone, fra operatori, giornalisti, professionisti del settore, e organizza più di 170 sfilate e presentazioni. Abbiamo ritenuto che questo scenario, affascinante e di assoluta genialità, fosse il palcoscenico ideale per presentare al mondo la Puglia, i suoi talenti, la sua enorme creatività. Così come accade a Monaco in questi giorni, abbiamo scelto di promuovere il brand Puglia non solo attraverso le sue bellezze paesaggistiche, ma anche e

soprattutto attraverso i suoi talenti e le sue eccellenze, in tutti gli ambiti e i settori”.

“La Puglia – spiega la sua fondatrice Marianna Miceli – è tendenza, è creatività, è innovazione, è stile. In poche parole, è moda, anche nei settori che sembrano lontani anni luce dalle passerelle e dai riflettori. Accostare moda e food è sembrato dapprima un esperimento ardito, ma in realtà, essendo, tra l’altro, i due settori più rappresentativi dell’Italia nel mondo, il binomio si è rivelato vincente. E così anche per la seconda edizione, punteremo su collezioni ispirate al vino di Puglia, tessiture artigianali realizzate su un antico telaio di legno di ulivo, sfilate e degustazioni di prodotti pugliesi di qualità. Insomma, a Milano, irromperà il Puglia Lifestyle”.

La tre giorni a Milano prevede sfilate di fashion designers emergenti nazionali ed internazionali, un concorso di moda sul tema “L’Acqua, energia vitale” dedicato ai più giovani, nonché workshop e degustazioni di prodotti pugliesi di qualità.

Fra le eccellenze del territorio che verranno presentate a Milano, nove giovani designer provenienti dallo storico brand dell’Istituto Cordella, che nasce da una sartoria a Lecce nel 1783 e oggi riscuote successi e riconoscimenti in tutto il mondo, e che a Milano presenteranno una intera collezione ispirata alle ceramiche di Grottaglie, in Puglia; Fedra Couture di Federica D’Andria, già protagonista della prima edizione di Mad Mood e vincitrice del Premio Serbia Fashion Week, concorso destinato a giovani designer nazionali ed internazionali, che presenterà una collezione ispirata al vino di Puglia; e infine, ma non da ultimo, Ljo’Design di Annalisa Surace, eccellenza della produzione tessile salentina, che a Mad Mood porterà una collezione di design realizzata attraverso la tessitura artigianale su un antico telaio in legno di ulivo. Architetto laureato in Design a Milano, Annalisa Surace, grazie all’innovatività della sua proposta e la sua attenzione all’ecosostenibilità dei tessuti, nonché alla linea originale dei suoi abiti, è al centro dell’attenzione degli esperti del settore su tutto il

territorio nazionale.

Accanto ai designer nostrani, sfileranno sulle passerelle di Mad Mood, tanti designer internazionali, provenienti dalle Fashion Week di tutto il mondo, tra cui Balkan Fashion Week (Ungheria), Feerick Fashion Week (Romania), LVIV Fashion Week (Ucraina), Serbia Fashion Week (Serbia), Eurasian Fashion Week (Cina), Asia Fashion Week (India).

“La forza di Mad Mood – continua Marianna Miceli – sta anche nella sua capacità di intercettare e consolidare partnership internazionali importanti, che diventano ambasciatrici dell’offerta territoriale e turistica pugliese in giro per il mondo. Oltre che a Parigi, New York e in tutta l’Europa dell’Est, Mad Mood ha partecipato di recente all’Eurasian Fashion Week, in Cina, dove ha portato la sua identità pugliese, evidenziandone i punti di forza, anche in ambito turistico. È questo poi il vero senso del brand Mad Mood, un mood mediterraneo da valorizzare fuori dai confini regionali e nel mondo”.

Il talent, che si svolgerà sabato 23 settembre, vedrà la partecipazione di 19 giovani designer da tutto il mondo. Il vincitore avrà la possibilità di effettuare uno stage presso Canepa SPA, leader mondiale nella tessitura serica di fascia alta a cui affianca la produzione di tessuti pregiati di altre fibre naturali, che è partner di Mad Mood anche per il secondo anno, dopo l’esperienza fruttuosa della prima edizione.

Partner istituzionale del talent il Comune di Taranto, che nell’acqua e nel suo mare riconosce una possibilità di riscatto della bellissima città pugliese: “Oltre che alla voglia di valorizzare i nostri più grandi talenti e di farci promuovere nel mondo da loro (così come accaduto lo scorso anno e continua ad accadere con Federica D’Andria, tarantina doc) – spiega l’assessore allo sviluppo economico e marketing territoriale del Comune di Taranto Valentina Tilgher – ci siamo immediatamente riconosciuti nel tema del talent ‘Acqua energia vitale’: Taranto è una città di mare, circondata dall’acqua e che sulla risorsa acqua sta costruendo la propria identità di città post-industrialE, creando le basi per la

diversificazione della propria economia, che dia valore e sviluppo alle potenzialità tipiche ed uniche del territorio. Siamo una città che guarda al futuro con ottimismo e determinazione, e con Mad Mood condividiamo senza ombra di dubbio questa voglia di esprimere tutto quello che abbiamo”.

Partirà per Milano per laMAD seconda edizione di Mad Mood un intero staff di hair stylist e make up artist pugliesi di Officina Paar, un progetto formativo, nato da un’idea di Roberta Apos nel Salento, che promuove gli antichi valori della professione, e punta all’aggiornamento professionale e alla crescita personale.

Tra i partner di Mad Mood, oltre che quelli istituzionali di Pugliapromozione e del Comune di Taranto e quelli già citati (Canepa, Officine Paar), nonché del sostegno dell’Associazione Regionale Pugliesi di Milano, anche numerose aziende del settore fashion/design e food: Conti Zecca, da oltre cinque secoli sul territorio salentino e oggi produttore vitivinicolo leader in Italia e nel Mondo; Kokopelli Street Cocktail, che realizza cocktail con soli prodotti a km = provenienti dal territorio salentino; Azienda Agricola Santateresa, produttrice di olio extravergine di oliva biologico, che per l’occasione ha realizzato una etichetta dedicata ad uno degli abiti protagonisti della prima edizione di Mad Mood; Mocavero Salumi, produttore locale di salumi con una tendenza alla originalità e all’innovazione; Forno Amato, maestri panificatori con una tradizione lunga mezzo secolo che immettono sull’intero mercato nazionale prodotti della tradizione rurale salentina; Giuseppe Zippo, pastry Chef salentino e vincitore di premi nazionali; Infuseria Lupiense, giovane realtà salentina che produce infusi con prodotti naturali locali tra cui carruba e foglie d’ulivo, che verranno presentati a Milano; Luminarie Parisi, azienda che progetta e realizza luminarie e decorazioni e sculture luminose; Brera 13, Hair Stylist già accreditato per la Fashion Week di Milano; Obiettivo Tropici, che offrono servizi di “catering emozionale” attraverso performance teatrali e coreutiche; Connecting Cultures, agenzia di ricerca non profit con sede a

Milano; Fashion Revolution, movimento internazionale che crede in un'industria della moda che rispetti le persone, l'ambiente, la creatività e il profitto in eguale misura; Cna Federmoda, e Obiettivo Tropicci . Infine, ma non da ultimo, è partner di Mad Mood Salento D'Amare, oggi il brand più noto e maggiormente identificativo del territorio salentino che ha contribuito a conferire al Salento una notorietà del tutto nuova, non soltanto in Italia, ma anche all'Estero.

Food & Fashion, nonché tradizione e innovazione, dunque, le chiavi di Mad Mood per promuovere un territorio, la Puglia, che costruisce ogni giorno la sua identità sulla sua storia millenaria di società artigiana e contadina, ma che si rinnova e guarda al futuro con l'occhio della modernità e del progresso.

