# Pronti a sfidare lo status quo: tre designer emergenti raccontano la loro idea di moda

**Mentre a Milano comincia la grande kermesse della moda la parola ai nuovi talenti. Hanno vinto premi importanti. E adesso è arrivato il momento di esprimere il loro potenziale creativo.**

di Silvia Paoli

23 settembre 2025

La loro creatività è stata premiata perché esprima tutto il suo potenziale nel futuro della moda. Galib Gassanoff, georgiano di origini azere e fondatore di Institution, è tra i vincitori del Fashion Trust Grant 2025 di Camera della Moda Italiana. La sua estetica include tessiture tradizionali e volumi scultorei. Al suo secondo Grant, Francesco Murano ha 27 anni: forme pure, sensualità grafica e drappeggi sono i suoi tratti distintivi. Maximilian Raynor, 26 anni, inglese, vincitore con menzione speciale a ITS di Trieste, si distingue per tagli a scarto zero, tweed sfilacciati e crochet monumentali. Queste sono le loro voci.

**UN PREMIO AIUTA LA CARRIERA DI UN DESIGNER?**

**MAXIMILIAN RAYNOR:** «ITS è arrivato dopo la mia prima sfilata alla *London*

*Fashion Week*, a febbraio 2025. Anche se avevo già fatto collaborazioni con stylist importanti, avevo vestito star ed ero sulle copertine dei magazine, mi pareva tutto irreale. ITS mi ha dato la rassicurazione di cui avevo bisogno».

**SE CON IL PREMIO AVESTE IL POTERE DI MODIFICARE IL SISTEMA MODA, CHE COSA CAMBIERESTE?**

**FRANCESCO MURANO:** «Le tempistiche; sono impossibili per noi. Dovremmo presentare la collezione a fine settembre, ma i buyer la vogliono a luglio. Purtroppo non siamo strutturati per essere pronti così presto, lo possono fare solo le grandi aziende. Devi sperare che i buyer lascino un po' di budget e di fiducia per venire a vederti nella campagna vendite della main collection».

**GALIB GASSANOFF:** «Poi c'è proprio la questione budget. Il grande brand impone ordini minimi ai buyer con cifre a cinque zeri, il buyer accetta per paura di perderlo. Poi arriviamo noi con i nostri 15 pezzi, e ci sentiamo dire che non ci sono più soldi. Di fatto c'è un atteggiamento un po' ambivalente verso di noi: "Ti sostengo, ma tu devi accettare le mie condizioni". In realtà, siamo per loro un vanto: conviene sempre dire di avere in boutique un marchio emergente».

**FM:** «Un altro nodo sono i pagamenti. Per noi non ci sono anticipi: nella mia ultima campagna vendita ho realizzato tanto per i miei standard, eppure, anche con ordini tra i 7 e i 14mila euro, i buyer italiani non danno acconti, che sarebbero vitali per far partire la produzione. Ti dicono: "Abbiamo fatto l'ordine, adesso organizzati"».

**GG:** «Così non si sostiene nemmeno il Paese. Ai designer francesi o inglesi danno anticipi del 30 o del 50 per cento, perché altrimenti non accetterebbero il deal. A noi, invece, nulla. Eppure dovrebbero sostenerci proprio perché produciamo sul territorio, con gli artigiani, facendo davvero made in Italy».

**NON RINUNCERESTE MAI ...**

**GALIB GASSANOFF:** «Al livello di qualità garantito dalla produzione artigianale, pur lenta e costosa. Ai buyer che mi dicono che il concorrente costa meno, provo a spiegare cosa c'è dietro la scelta di un tessuto, come è stato lavorato. Visivamente sono due giacche di lana nere, ma la differenza la capisci vivendoci dentro. Per fidelizzare il cliente ci vogliono anni, non si può andare veloce. Il fatto è che sto bene con la mia etica, e non saprei rinunciarci».

**FRANCESCO MURANO:** «È fondamentale che tutto sia prodotto in Italia, sia per i materiali sia per la manifattura. Non voglio sacrificare i miei tratti distintivi: se hai una peculiarità creativa, devi poterla coltivare sempre. I designer sono tantissimi, meglio essere riconoscibili».

**PUR AVENDO IL VOSTRO MARCHIO, CONTEMPLATE LA DIREZIONE CREATIVA DI UNA MAISON?**

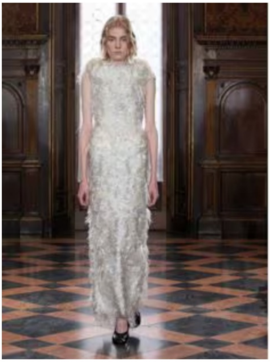
**MAXIMILIAN RAYNOR:** «Mi piacerebbe entrare in una maison storica, magari british come Burberry, Aquascutum o Barbour, e imprimerle i miei codici; non deviare troppo da ciò che i consumatori amano dell'azienda, ma impostare un cambio di rotta. Ottimo il lavoro di Jonathan Anderson che è riuscito a mantenere il suo brand e lavorare per una company, ma oggi non sono più ossessionato dall'avere il mio nome sulla porta. Il mio sogno è essere assunto anche in un gruppo leggendario (Otb, Lvmh) in cerca di qualcuno che smuova le acque, con la sensibilità di capire i desideri dei nuovi consumatori. Mi sento pronto».

**GALIB GASSANOFF:** «Per me sarebbe un sogno dirigere una maison con una storia, un nome, un atelier strutturato. Con Institution non ho tanta libertà di esprimermi, è faticoso e limitante lavorare da soli. Certo, anche la direzione creativa ha le sue difficoltà, ma ti dà la libertà di sognare. La questione è: si può portare avanti anche il proprio brand? Alcune aziende danno l'aut aut. Io, sono onesto, non voglio essere vittima del mio sogno, io vorrei soprattutto essere felice. A volte è meglio scegliere se stessi: quando sei autentico, sei orgoglioso di ciò che fai».

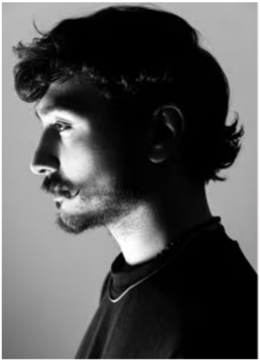
**FRANCESCO MURANO:** «Sarebbe interessante, se fosse il brand giusto. Avere un archivio, un team tecnico interno, permetterebbe di esplorare soluzioni nuove. Un ufficio stile ti consente di sviluppare idee che da solo non riesci a seguire. Ma se fosse un impegno a tempo pieno, non credo riuscirei a portare avanti anche il mio brand».

**C'È UN MAGGIORE SENSO DI COMUNITÀ NELLA VOSTRA GENERAZIONE RISPETTO ALLA COMPETIZIONE DEL PASSATO?**

**MAXIMILIAN RAYNOR:** «Credo che la competizione rimarrà sempre, è umano sentirsi minacciati dal successo altrui, ma la gelosia è inutile: anche se sei in cima, non ti senti mai arrivato. Più sano trasformare il successo in un'esperienza comune: condividere conoscenze, essere trasparenti. Non si ha nulla da perdere e tutto da guadagnare».



▲ Abito in tessuto jacquard floreale a fil coupé non rasato, che esalta la tridimensionalità del disegno e crea un effetto materico con variazioni di toni avorio, INSTITUTION (1.800 €). Sotto, Galib Gassanof, founder del brand. ©Marcus Tondo



▲

**ITS NE HA FATTO ANCHE UN MANIFESTO: ELEVARE IL TEAM SOPRA IL DIRETTORE CREATIVO. LA COMUNITÀ È UN VALORE PROGRAMMATICO O ANCHE PRAGMATICO?**

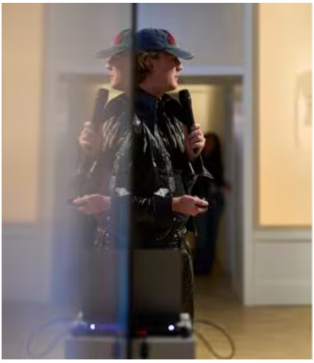
**MAXIMILIAN RAYNOR:** «Entrambe le cose. Io collaboro con una designer specializzata in maglia, Isabella Egan: sa tutto su crochet, macramè e rete. La mia scarsa conoscenza tecnica mi porta a spingere molto avanti l'immaginazione e la combinazione tra la sua competenza e il mio mindset ha portato a qualcosa di davvero entusiasmante, come l'abito di rete rossa con borchie che era anche al premio».

**SE DICO SOSTENIBILITÀ...**

**FRANCESCO MURANO:** «La parola sostenibilità è stata abusata. Chi dice di esserlo al 100 per cento spesso non sa di cosa parla. Io posso dire cosa è sostenibile nel mio brand: uso gli stock per i campionari, e il made to measure lo è perché non implica una produzione preventiva e garantisce longevità. Se sei abituato a comprare un suit da Zara a 200 euro, ti abitui anche a disfartene velocemente. Se vieni da me lo paghi 3mila euro, e ti rimane».

**GALIB GASSANOFF:** «Non mi piace dire che ciò che faccio è sostenibile, sarebbe presunzione. Parlando di etica e di integrità, io cerco di includere la mia comunità in Georgia e Azerbaigian, dove ci sono donne marginalizzate che fanno tessitura artigianale e lavorano in modo puro, sostenibile, senza saperlo. Ma poi indossano poliestere, perché costa poco. Se faccio io una T-shirt Institution mi costa 70-80 euro, al pubblico arriva a 250. Non puoi chiedere a tutti di non comprare da Zara. Tra l'altro, molti loro fornitori sono gli stessi di alcuni luxury brand. Con i numeri che hanno, alcuni capi raggiungono una qualità media a un prezzo accessibile. Ed è un'azienda che dà tanto lavoro a diverse comunità nel mondo. Quello che, piuttosto, mi aspetto dai grandi nomi italiani, è che producano davvero in Italia. Non basta mettere un'etichetta e fare qui solo il 20 per cento. Devono sostenere l'intera filiera, gli artigiani, le manifatture, e in questo modo, noi. Anche questa è sostenibilità».

▲ Abito pezzo unico realizzato per il Fashion District Festival a Londra nello Spitalfields Market lo scorso giugno e fotografato dal designer nel backstage, MAXIMILIAN RAYNOR. Sotto, il designer, titolare del brand omonimo.



**OGGI LE SCUOLE DI MODA A CHE TIPO DI BUSI NESS PREPARANO?**

**MAXIMILIAN RAYNOR:** «Alla Saint Martins la parte commerciale è volutamente trascurata, questo permette a noi studenti di avere una visione più radicale e sfidare lo status quo. Nessuno vuole da me felpe e cappellini, al momento per me è fondamentale mantenere l’essenza di quello che ho creato. Però mi sono reso conto, grazie a ITS, che basta prendere un aereo e uscire da Londra e nessuno conosce il mio nome. È lunga la strada da fare. Ora, dopo il premio e la residenza, ho una rete più vasta di contatti, persone con cui posso parlare; ho rinsaldato, per esempio, alcune conoscenze come quella con Tom Eerebout e lancerò una collezione di occhiali da sole firmati Komono. In questo progetto non sacrifico la mia estetica, anzi mi sento di dire che gli occhiali da sole ne sono il distillato: uniscono la mia parte glam e rock, l’eleganza sartoriale e lo spirito ribelle. Se gli occhiali piacciono, con le vendite posso poi sostenere le mie creazioni couture: un gran vantaggio».

**ESSERE UN EMERGENTE, MA GIÀ IN MOSTRA IN UN MUSEO DELLA MODA, NON È UN OSSIMORO.**

**MAXIMILIAN RAYNOR:** «Essere esposto in un museo (l’ITS Arcademy - Museo di Arte nella Moda, il primo e unico museo italiano dedicato alla moda contemporanea, a Trieste, *ndr*) è la più alta validazione del valore di quello che fai ed è un traguardo per essere celebrati a lungo, perché ormai anche la risonanza di una sfilata finisce in una settimana. Un’esposizione dura mesi e, se hai la fortuna di entrare in una collezione permanente, è per sempre».

**SOTTO LA LENTE FRANCESCO MURANO**, @murano.francesco. **INSTITUTION**, institutionstudios.com, @galib.gassanoff. **MAXIMILIAN RAYNOR**, maximilianraynor.com, @maximilianraynor.

Riproduzione riservata ©