

Argomento: Export e PMI

Buyer, la moda vince anche sul coronavirus

Congiuntura Il capoluogo lombardo conquista i compratori con la nuova femminilità. In primo piano Prada, Fendi, Gucci, Bottega Veneta, Dolce&Gabbana, Moncler Genius e, tra i giovani, Act n°1. Non mancano le preoccupazioni per l'epidemia, ma si confida che per l'inverno tutto sarà risolto. Elisabetta Campana

Una fashion week ad alta tensione, dall'inizio alla fine: i buyer intervistati da MFF hanno promosso a pieni voti Milano moda donna, con in passerella l'autunno-inverno 2020-2021. Certo è che negli ultimi due giorni della kermesse, l'allarme coronavirus e il conseguente svolgimento di alcune sfilate a porte chiuse, in primis quella di Giorgio Armani, ha creato una legittima preoccupazione. Ma i compratori sono abituati a guardare avanti, dato che acquistano le collezioni con 6-8 mesi d'anticipo. E confidano che per l'inverno l'epidemia sarà risolta. Al netto del virus, i buyer hanno sintetizzato: «Una forte stagione, che ha esaltato creatività ed eccellenza del **made in Italy**». Gucci ha aperto alla grande la kermesse, con uno show innovativo che ha portato in primo piano il backstage della sfilata. Così come Dolce&Gabbana ha chiuso altrettanto bene, enfatizzando l'artigianalità e il bel vestire italiani. In mezzo, veri hot ticket: Bottega Veneta, Prada, Fendi e Moncler genius. Consensi anche per Versace, Etro, Jil Sander, Max Mara, Agnona e N°21. Positivo il debutto di Walter Chiapponi da Tod's. Tra i nomi di più recente affermazione spiccano Act n°1, Brogna, Calcaterra, Blazé e Officina del Poggio. Ennesima è l'assenza di



cinesi si è sentita. Ma, come hanno sottolineato gli intervistati, brand e aziende del **made in Italy** hanno fatto del loro meglio per trasmettere fiducia al mercato, oltre alla solidarietà alla Repubblica Popolare. In tema di budget: i cinesi congelano il flash di sfilata, pari a circa il 15-20%, degli ordini complessivi. Gli americani non commentano. E gli italiani, in linea con gli altri europei, confermano i quantitativi. «Una fashion week baciata dal sole sul fronte moda. Importante il gioco sartoriale, potente la femminilità esaltata da Prada, Fendi e Jil Sander. Impeccabile l' outerwear di Max Mara. Divertente Moschino. Tra i trend della prossima stagione: il total black, le spalle importanti e il ritorno del tailleur» ha detto Nathalie Lucas-Verdier general merchandising director womenswear di Printemps a Parigi. «Gucci ha dato brillantemente il via alle sfilate con la totale trasparenza sul backstage. Geniale l' evento di Moncler. Bravissimi Lucie e Luke Meier per Jil Sander. Un must? L' abito in pelle nera di Fendi», ha spiegato Linda Fargo, fashion director di Bergdorf Goodman a New York. «Ho trovato una Milano viva e piena di energia che ci incita a guardare al futuro con ottimismo. Grazie anche a collezioni di indiscussa eleganza e femminilità», ha commentato Daniela Kraler dei multibrand Franz Kraler a Dobbiaco e Cortina, aggiungendo: «Eccellenti Fendi, la quintessenza della raffinatezza, Gucci con Alessandro Michele che ha superato se stesso e Moncler: un evento straordinario. Ottime Max Mara, Etro, Versace: ogni brand ha interpretato al meglio il proprio dna». Positivo il parere di Riccardo Tortato, fashion director e-commerce di Tsum (Mercury group) a Mosca: «Best show Gucci, grazie anche al forte messaggio dato. Bellissime Fendi, Jil Sander e Bottega Veneta. Loro Piana e Brunello Cucinelli sono sempre una certezza». Per Tyler Franch, fashion director di Hudson Bay e The Room in Canada: «Fantastica Bottega Veneta, le idee di Daniel Lee influenzano i trend. Sorprendente Prada, con così tanti splendidi item. Fendi: una super ladylike. Marni, artistica e intellettuale. Bene anche Versace, Missoni, N°21, Msgm, Drome e Act n.1. Sarà la stagione della pelle». Ha concordato Federica Montelli, head of fashion di Rinascente: «Andrà il total leather, abito o tailleur, con uno stivale-calza in nappa e sopra un cappotto dalle spalle pronunciate. Frange ovunque, così come trasparenze, tulle, decorazioni, anche nel dailywear. Una femminilità esaltata da dettagli gioiello, abiti fluidi, sandali sparkling». Best collection per Montelli sono Bottega Veneta e Fendi, oltre a Gucci, Moncler, Jil Sander e Dolce&Gabbana: «Bell' esordio per Chiapponi da Tod' s. Ottimi Sergio Rossi e Valextra. «Temi clou saranno il new black, i dettagli con le frange, il luxury tailoring e bianchi invernali» ha spiegato Tiffany Hsu, fashion buying director di Mytheresa. Tra i nomi più giovani: Calcaterra, Act N.1, Blazé, Officina del Poggio» ha aggiunto. «Un look vincente? La

gonna con frange larghe di Prada insieme alla giacca di Agnona dal collo importante e al cappotto di Jil Sander, una borsa di Fendi o Ree Projects e sandali con punta squadrata di By Far, oppure un boot», ha detto Sabina Zabberoni di Julian fashion a Milano Marittima. «I capispalla restano un must: bellissimi quelli di Max Mara», ha spiegato Ekaterina Moiseeva, fashion director di Bosco di Ciliegi a Mosca, i cui altri top brand sono Gucci, Prada, Etro, Ermanno Scervino e Versace. «In un periodo dove sono proibiti gli eccessi, punterei su capi senza tempo, con tessuti pregiati come da Agnona. Ottime Bottega Veneta, Prada, Etro e Dolce&Gabbana. Segnalerei La Double J e Lodenwelt», ha aggiunto il buyer consultant Tiberio Pellegrinelli. «Una stagione positiva. L' unica critica al calendario: non è possibile saltare in continuazione da una parte all' altra della città» ha concluso Luc Dheedene di Verso ad Anversa, condividendo una lamentela di diversi buyer. Adesso i riflettori si accendono su Parigi. (riproduzione riservata)