



VERSO MILANO DONNA

Super e White I saloni per essere belli e sostenibili

NEL BEL MEZZO DELLE GIORNATE di Milano Moda Donna, dal 20 al 25 febbraio prossimo con anteprima il 19 per il ritorno in passerella di United Colors of Benetton col tratto gioioso e coloratissimo di Jean Charles de Castelbajac, ecco come sempre aprirsi ma dal 22 al

25 febbraio due fiere piene di idee e di interesse, di ricerca e di contemporaneità, che detteranno la linea ai buyers sulle collezioni vivaci e molto propositive per l'inverno 2019-2020 al

femminile. Sono Super, giunto all'edizione numero 13, organizzata da Pitti Immagine e White Milano fondato e presieduto da Massimiliano Bizzi e che ha per amministratore delegato dell'azienda promotrice Mseventy Brenda Bellei Bizzi. Due momenti e di format diversi che però hanno in comune la volontà di offrire ai compratori molte novità e molte occasioni di acquisto che conciliano prezzo con qualità. «Anche stavolta siamo al Padiglione Visconti in via Tortona – racconta Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine – una location speciale e azzeccata. Super è una manifestazione selezionata, che vive di scouting vero grazie alla squadra di Pitti Immagine con il direttore generale Agostino Poletto e Antonio Cristaudo, direttore commerciale e sviluppo. Il

futuro è nella personalizzazione dei prodotti e sulla internazionalizzazione dei compratori. Il settore nel complesso ha retto, la moda donna registra un 0,9% perchè negli ultimi mesi c'è stato un rallentamento, l'export tira ma i consumi interni soffrono e sono al -3,3%. Tra luci e ombre il modello per la moda femminile italiana va ripensato, perchè negli ultimi anni sono calati i pezzi ma è cresciuta la qualità». L'obiettivo della selezione degli espositori, che a questo Super sono 106, viene ribadito anche da Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine. «Vogliamo incontrare e favorire le esigenze dei buyers che alla scorsa edizione sono stati circa 6mila – spiega Poletto – nelle giornate del salone sono in chiusura di acquisti ma vogliono ancora captare i profumi della stagione. Super perciò non è una fiera ma un salone che ha molti elementi da concept store.

I nuovi ingressi sono il 50%, il 40% degli espositori vengono dall'estero». Nel calendario di Super ci sono molti progetti come Super Talents. New Countries to



Watch focalizzato sui creativi del Sud America, quello con l'Europa dell'Est, e l'interessante focus sui talenti dall'Armenia grazie alla collaborazione con Fashion & Design Chamber of Armenia e i lavori di 6 giovani designer. Non male anche il sostegno a Ice Surface Temperature, brand italiano dei fratelli Kristian e Laura Guerra che grazie a Pitti Immagine e a Pitti Tutorship con Ice parteciperà alla London Fashion Week- Molto propositivo e "ghiotto" anche il programma di White Milano che ha come special guest il marchio australiano Strateas Carlucci e promuove anche Circus Hotel. Cinquecentoquattordici i marchi (di cui 342

italiani) presenti nelle tante sedi del Tortona District, con tanta ricerca e un focus costante sulla sostenibilità. Non manca lo spazio per la maglieria Knit Lab. Ottimo l'invito all'impegno della moda eco friendly con il lavoro di Matteo Ward, felice la presenza del marchio fiorentino Parcoats Florence prodotto da Giovanni Allegri e disegnato da Simone Guidarelli. «La moda è

molto indietro sul fronte della sostenibilità - spiega Massimiliano Bizzi, patron di White - rispetto a settori come il food e l'auto. Questo è un modo per contrastare l'avanzata del low cost e dialogare con le attuali e le nuove generazioni. Il consumatore finale non ne sa ancora molto, ma i buyer possono lavorare su questo aspetto». E da White Milano, grazie anche all'impegno di Beppe Angiolini, presidente onorario della Camera dei Buyers e del presidente onorario di Camera Moda e membro del board di White Mario Boselli, arriva l'impegno culturale sulla frontiera della sostenibilità che deve coinvolgere imprese, stilisti e consumatori nel segno dei prodotti certificati.

Eva Desiderio