

CONFARTIGIANATO: 4 IMPRESE SARDE PROTAGONISTE ALLA FASHION WEEK DI MILANO

MODA Quattro imprese sarde protagoniste alla Fashion Week di Milano dedicata alla moda femminile. Minimal tradizionale, donne bandito, stivali da pastore unisex e pret-a-porter: dalla Sardegna le creazioni dei fashion designer isolani presentate ai top buyer di tutto il Mondo. Stefano Mameli (Segretario Confartigianato): "È il risultato della collaborazione tra l'Associazione e le imprese: bisogna crederci e puntare su queste realtà".

Quattro imprese sarde della moda femminile, Barbara Pala di Macomer, Pretziada Boot di Santadi, Quattromani di Cagliari e Silvio Betterelli di Macomer con attività a Milano, esporranno le loro produzioni al "White" di Milano, durante la Fashion Week in programma dal 23 al 26 febbraio nella Capitale meneghina, che vedrà la partecipazione di oltre 30mila top buyer provenienti da tutto il Mondo.

Grazie alla collaborazione tra Confartigianato Imprese Sardegna e la talent scout della moda e giornalista Michela Zio, direttore artistico di ConfExport, quello che emergerà a Milano, sarà un panorama inedito ma di eccellenza per il comparto sardo; infatti sarà la prima volta che un numero così consistente di stilisti provenienti dalla Sardegna, avrà la possibilità di presentare le proprie creazioni a una platea di acquirenti così ampia e qualificata.

La novità arriva dopo il successo di partecipazione agli "Stati generali della Moda", iniziativa organizzata da Confartigianato Imprese Sardegna a novembre a Cagliari, da parte di stilisti, sarti, produttori e designer di abiti, calzature, occhiali, gioielli e accessori d'abbigliamento provenienti da tutta la Sardegna, oltre che degli addetti e dei giornalisti del settore.

E di quanto questo settore sia importante per lo sviluppo della Sardegna, lo dimostra l'attenzione che stanno ponendo gli Assessorati dell'Artigianato e dell'Industria; si sta lavorando per le azioni sull'internazionalizzazione che supporteranno le imprese, ovvero artigiani, designer e tutto il mondo della produzione, nel mettere insieme domanda e offerta, per conoscere meglio le quote di mercato e far conoscere le nostre aziende.

"WHITE è il più importante salone della moda donna in Italia afferma Stefano Mameli, Segretario Regionale di Confartigianato Imprese Sardegna per questo, grazie all'attività svolta dalla nostra Associazione, a livello nazionale e sardo, e grazie alle iniziative che mettono al centro le piccole e medie aziende del settore, anche quelle sarde potranno far conoscere la loro qualità a un'importante platea di compratori, giornalisti e manager".

Barbara Pala di Macomer (NU), Pretziada Boot di Santadi (CI) e Quattromani di Cagliari saranno ospiti in via Tortona al "It's Time to South", iniziativa di "White" e ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, nata per scoprire, valorizzare e promuovere i nuovi talenti del Made in Italy provenienti dalle regioni del Meridione d'Italia, supportandoli nella loro corsa verso i mercati esteri.

L'atelier Silvio Betterelli, stilista di Macomer con attività a Milano, con un design mix di couture e pret a porter, sarà invece presente al "White Studio", presso la Foresteria Ansaldo, scenario per brand di abbigliamento sportswear e casualwear e accessori dal carattere smart, che danno vita a uno stile attivo e dinamico.

Attraverso una selezione di rinomate aziende del made in Italy, realizzata da White e Confartigianato Imprese, nell'ambito del progetto MIAC-Moda Italiana Aziende Contemporary, verrà presentato il meglio del know-how italiano.

Le foto degli stilisti e delle collezioni sono disponibili su: <https://drive.google.com/drive/folders/156axZeAh7HMK22OfEjMLjHljhIYWycyl?usp=sharing>
L'appuntamento con "It's time to South", iniziativa che promuove, nell'ambito del "Piano Export Sud", i designer emergenti provenienti dal Meridione nell'incontro con compratori e stampa internazionali, è stato ideato dal Ministero dello Sviluppo Economico; anno dopo

anno è diventato un vero e proprio motore di ricerca dei nuovi talenti e delle più inesplorate capacità produttive e creative del Sud Italia.

" Il grande bacino della moda isolana costituisce una vera ricchezza da valorizzare su mercati reattivi e ambiziosi, sempre pronti a farsi affascinare dallo stile e dalle novità del Made in Italy - commenta Michela Zio , direttore artistico di ConfExport - si parla spesso di talent scouting e grazie a questa opportunità anche la Sardegna si dimostra una regione ad alto tasso creativo , sia nella manifattura, sia a livello progettuale, con marchi selezionati sotto il segno del più autentico contemporary Made in Italy ".

" La collaborazione tra la Fashion Week e la nostra Associazione riprende Mameli - grazie al focus sull'artigianalità di nuova generazione, sta dando la possibilità alle aziende Made in Sardegna di presentarsi in una vetrina fashion e internazionale, perseguendo l'obiettivo che Confartigianato si è posta da anni, ovvero essere sempre al servizio degli artigiani che vogliono approcciarsi all'export ".

" Siamo soddisfatti perché questo di Milano è il primo risultato tangibile dopo la partecipazione delle imprese alla nostra manifestazione "Stati Generali della moda" di novembre sottolinea il Segretario nella quale offrimmo riflessioni, spunti e aggiornamenti con l'obiettivo di fornire una maggiore consapevolezza sullo stato dell'arte del settore nell'Isola e delle prospettive di sviluppo che sarebbero potute arrivare anche con il sostegno delle Istituzioni e della Confartigianato ".

" E' necessaria un'opera di sviluppo continuo prosegue - per far crescere le imprese, proporre nuove linee e prodotti innovativi per presentarsi alle manifestazioni e ai buyer esteri. Naturalmente, è fondamentale il ruolo delle Istituzioni pubbliche che svolgono attività volte all'internazionalizzazione delle aziende italiane ". " La nostra Associazione tempo lavora per incentivare le esportazioni delle piccole e medie imprese conclude Mameli - creando occasioni di incontro dentro e fuori Italia per far incontrare le imprese con i buyer negli incoming export in Sardegna ma anche nelle missioni all'estero. Riteniamo, quindi, che anche per la moda siano necessari interventi affinché il settore possa proseguire un percorso virtuoso che porti l'eccellenza sarda a essere conosciuta e venduta in tutto il mondo ".

Una location ingrandita e nuovi ospiti internazionali.

Sono queste alcune delle novità che riguardano l'edizione di febbraio, dal 23 al 26, di White, salone patrocinato dal comune di Milano. Tra le partnership di rilievo, quella sviluppata con Confartigianato Imprese, ConfExport e Ice Agenzia , nel segno dell'internazionalizzazione con progetti come It's Time to South dedicato alla creatività del Mezzogiorno e per sviluppare opportunità di business per le aziende italiane, promuovendo l'incoming di prestigiosi buyers internazionali e, soprattutto, agevolando la presenza delle aziende sui mercati esteri come quello cinese, grazie al progetto Style Routes to Shanghai.

L'hub di Tortona 31 porta White ad occupare una superficie totale di 21.700 mq (+8,5% rispetto alla stessa edizione l'anno scorso). Riempiranno gli spazi, 546 marchi, in crescita di oltre il 6%, di cui 163 esteri (in crescita di oltre il 12%) e 210 new entry (+11%).

I PROTAGONISTI

La designer macomerese " Barbara Pala ", la cui collezione nasce dalla collaborazione con la socia storica Antonella Tedde dell'atelier "LabPLATDD" di Macomer, da cui continueranno a uscire linee di artigianato artistico firmate da entrambe, presenterà "Roots 2.0", un percorso creativo e di crescita.

"Una presa di coscienza di se, delle mie origini e di come tutte queste suggestioni si trasfigurino in forme, volumi e immagini contemporanee di semplice lettura, anche per chi fa parte di altre culture afferma la Pala - la mia terra, la Sardegna, è una fonte inesauribile di ispirazione. È da qui che tutto nasce, entra dentro, sedimenta e una volta maturato genera tutto ciò che creo. Tutto Made in Italy, dal design al tessile, con una forte attenzione

al dettaglio e alla qualità. La collezione è composta da 19 pezzi e si suddivide in due famiglie merceologiche, 100% lana Tasmania e 100% cotone. Un'anima minimal sia nella scelta dei tessuti che nei colori, tutto è infatti bianco e nero. Per distinguersi dalla massa non abbiamo bisogno di molto. Una gonna lunga, un pantalone Capri e un bermuda. I volumi sono ampi, la linea morbida, modelli che prendono vita dall'abito tradizionale sardo da uomo. Un abito lungo asimmetrico e un gilet destrutturato. Tutto 100% lana Tasmania Made in Italy. Le camicie sono quindici, tutte in 100% cotone. Anche qui i modelli si sviluppano in ampi volumi sempre presi sia dall'abito tradizione (uomo e donna) sia dall'arte scultorea minimale di Costantino Nivola, celebre artista degli anni '50/'60 originario dell'isola. Rifiniture classiche che lasciano spazio al taglio vivo e fili delle lavorazioni che diventano motivo decorativo e di carattere. Plastron classici e giochi di trasparenze, doppi colli e alti polsi. Silhouettes plastiche e ampie. Unico tocco di colore tra il bianco e il nero, il rosso rubino dei bottoni. Camicia è la parola chiave che caratterizza l'intera collezione firmata "Barbara Pala".

Barbara Pala è una fashion designer e un'artista.

Ha una natura creativa poliedrica per questo i suoi interessi e i suoi lavori non hanno confini tra arte e moda. Ha dato vita ad una linea di illustrazioni con il marchio "LeMieDonnineTristi" con il quale produce oggetti di vario genere come stampe, sia su carta che su tessile e t-shirt.

Lavora come art director freelance e collabora con diversi artigiani per la produzioni di alcuni prodotti come borse e collane tessili.

Interpreta la tradizione con suggestive soluzioni stilistiche, contemporanee ed evocative di identità allo stesso tempo, mettendo al centro di tutto questo la figura femminile. Le suggestioni s'intrecciano, le ibridazioni si moltiplicano, le iconografie vengono indagate e ricontestualizzate in termini di design concettuale: dal bottone sardo appeso al filato di cotone, alle uova in ceramica simbolo di femminilità e fecondità che utilizza per le sue collane tessili.

Nel 2013 ha fondato, assieme alla modellista-confezionista Antonella Tedde, il marchio LabPLATDD che produce principalmente prodotti tessili di artigianato artistico per abitazioni e strutture ricettive, accessori donna e pezzi unici.

Dal 2017 disegna una linea di abbigliamento donna pret-à-porter che porta il suo nome. E' un progetto che porta avanti dal tempo della scuola e che ha maturato negli anni fino ad oggi raggiungendo un risultato stilistico che rielabora i capi dell'abbigliamento tradizionale di origine, la Sardegna, in chiave moderna affinché possa essere letto anche da chi non fa parte della sua stessa cultura. Il suo linguaggio ha come alfabeto l'arte della sua terra, i volumi e le forme prendono ispirazione dal mondo artistico dello scultore Costantino Nivola.

E' un lavoro in continua evoluzione che si rinnova senza perdere mai le sue origini. Ama i materiali naturali e lavora con aziende che portano avanti produzioni eticamente compatibili con l'ambiente.

Il punto di forza delle sue collezioni è la "camicia", capo che non deve mai mancare nell'armadio sia di una donna che di un uomo. E' uno degli indumenti più antichi, il suo utilizzo è noto dalla notte dei tempi e tutt'ora è un elemento sempre presente nella vita di tutti i giorni.

Indossare un abito indica l'appartenenza a qualcosa, ad uno stile di vita e di pensiero, le sue collezioni indicano uno stile preciso, un prodotto moda che bilancia portabilità e creatività. I capi sono interamente made in Italy, dal tessuto alla realizzazione.

E' invece dedicata alla prima donna-bandito della Sardegna, Paska Devaddis, la collezione autunno inverno 2017/18, della griffe cagliaritano " Quattromani ", creata da Massimo Noli e Nicola Frau, che fa di un emblema del potere femminile ante litteram, il suo Item

" La collezione FW 18719, è un omaggio alla sua vita e alla sua forza commentano i due

stilisti - nata da un'accusa ingiusta di partecipazione a un omicidio, tra storia e leggenda, la donna fu costretta alla macchia, ma mostrò in questo tutto il suo coraggio e la sua forza. Coraggio, ribellione innata e una vita spezzata troppo presto, e proprio per questo pronta per entrare di diritto nella leggenda. La donna-bandito ancora oggi si trova in bilico tra chi la considera una temibile latitante e chi la vede, invece, come una delle tante vittime innocenti di quell'odio ".

Un progetto interdisciplinare che unisce giornalismo, design, moda, artigianato e turismo, è invece quello di " Pretziada " che, la scenografa californiana Kyre Chenven e il marito Ivano Atzori, il cui spazio di progettazione/headquarter è in un piccolo borgo rurale nei pressi del paese di Santadi, nel sud ovest della Sardegna.

" A "White" presenteremo due modelli di stivali: il "Sarcidano" e il "Bottino" spiegano i due designer- il primo è il classico stivale sardo da pastore del 1800, calzatura unisex minimalista dalla linea slanciata. I suoi dettagli funzionali, come la tomaia sovrapposta e la linguetta ripiegabile, sono tutti originali. Il materiale, tuttavia, è stato aggiornato a un cuoio pieno fiore, lavato a mano, concia vegetale. Il secondo modello, invece, basa il suo concetto sullo storico "stivale della domenica ".

E' sardo di Macomer, con studi in Design tessile a Sassari, il 38enne " Silvio Betterelli" , uno dei talenti emergenti più proficui e attivi nel campo della moda italiana. Il suo background nel design artistico in ciascuna delle sue collezioni dove materiali esclusivi e innovativi, frutto di una ricerca tecnologica, si fondono con l'eccellenza della manifattura artigianale.

Il suo lavoro spazia fra arte, moda e design non dimenticando mai le sue origini. Forse per questo che a lui la donna piace vestita di nero, come le signore dell'entroterra della sua isola.

In occasione del prossimo WHITE, Betterelli presenterà una selezione di cappotti per l'autunno inverno 2018 realizzati in Puglia dalla SPS manifatture con la tecnica della ribattitura a mano double e semidouble e con l'utilizzo delle pregiate lane di Loro Piana. Preziosi ricami tridimensionali arricchiscono le lane di Alpaca, motivi floreali insieme a un microcosmo di insetti e piante carnivore si mescolano per dare luogo a visioni di una natura surreale e immaginifica. La rigorosa lavorazione Made in Italy, la ricerca, la sperimentazione su tessuti, lavorazioni e costruzioni dei capi caratterizzano il lavoro di ricerca del designer, sempre proiettato in un connubio tra artigianato, sartorialità contemporanea e industria.

Per Betterelli " il lavoro del designer è un mix di couture e pret a porter; alle collezioni di stagione vengono affiancati pezzi "seasonless" che durante l'arco dell'anno sono a disposizione presso l'atelier Milanese per le clienti private e le boutiques che vogliono acquistarli personalizzando e ordinando i diversi pezzi e le loro varianti in edizioni limitate o pezzi unici ".

Il designer, da 17 anni vive e lavora a Milano, dove ha continuato gli studi in fashion and textiles design. Analogo il percorso di studi, fine art and textiles design, lo ha sviluppato in Inghilterra alla University of Plymouth.

Nel 2004 ancora studente, è invitato a sfilare con una sua collezione durante l'Altamoda Romana, per tre stagioni consecutive.

Dopo il premio speciale della giuria al Who's Next di Vogue Italia e Altaroma, nel 2009 Esordisce Presentando per 4 anni la sua omonima etichetta prodotta da SpS manifatture in calendario ufficiale a Milano Moda Donna

Tra le varie collaborazioni dal 2007 al 2009 Silvio co- firma una capsule collection di accessori limited edition, per conto della Fondazione Furla e Penny Black gruppo Max Mara

Nel 2009 ha partecipato con una sala a lui dedicata alla mostra La Sardegna veste la moda, allestita nelle sale di Palazzo Pitti, a Firenze ospite con Antonio Marras e Angelo Figus.

Dal 2014 segue in qualità di direttore dipartimento moda il neonato progetto B.E.S.T di Cittadell'arte fondazione Pistoletto a Biella per promuovere il lavoro di giovani fashion designer attraverso work shop, short courses e residenze d'artista per fashion designer interessati alla moda sostenibile.

Nel Novembre 2015 alcuni abiti firmati Silvio Betterelli, fanno parte della mostra alla Triennale di Milano dedicata agli ultimi 18 anni della moda italiana.

nel 2016 tra le varie collaborazioni con artisti e musicisti veste il Naif Tour di Malika Ayane In 12anni di attività sfilata e presenta il suo lavoro e le sue collezioni a Roma, Firenze, Tokyo, Parigi, Londra, Milano, Mosca, San Francisco.

IL SISTEMA MODA IN SARDEGNA

Abiti, calzature, occhiali, gioielli e accessori, ma anche indumenti da lavoro e articoli tecnici.

Sono 1.688 le imprese del "settore moda" che in Sardegna si occupano di tessile, abbigliamento, calzature e di altre numerose produzioni, impiegando oltre 1.800 persone. Il 71,8% della realtà produttiva sarda è rappresentato dalle imprese artigiane (1.212 attività) che offrono lavoro a 1.444 addetti.

Sono questi gli ultimi dati sul comparto moda isolano rilevati dall'Osservatorio di Confartigianato Sardegna per le MPI (fonte UnionCamere 2016-2017), che descrivono una piccola ma consolidata e vivace economia regionale che per il 23,6% si occupa della produzione di abbigliamento, per il 13,8% di quella dei filati e per il 5,6% della lavorazione della pelle. Tra gli altri settori il 20% è coperto dalla produzione di gioielli e monili mentre altre lavorazioni coprono la restante percentuale.

Anche tra gli addetti dell'artigianato, il 43% si concentra tra tessile (20,2%), abbigliamento (17,6%) e articoli in pelle (5,2%).

Tra le province, 511 imprese artigiane, operano in provincia di Cagliari, 399 in quella di Sassari, 218 a Nuoro e 84 a Oristano.

L'export

Nel 2016 le esportazioni sarde del settore moda sono cresciute del 21,3% vendendo i prodotti fuori Italia per 25,4 milioni di euro. Il 78,8% delle esportazioni del settore sono riconducibili al comparto tessile-abbigliamento-calzaturiero con 9 milioni per gli articoli in pelle, 6 per l'abbigliamento, 5 milioni per il tessile. Ben 4 sono andati all'occhialeria e 1 alla gioielleria, settori cresciuti ognuno del 100%.

L'analisi sulla dinamica dell'export per provincia dice come tra le 8 province sarde le esportazioni si concentrino principalmente a Cagliari (56,3), seguita da Olbia-Tempio (23,6%). Tra le province dell'isola con oltre l'1% delle esportazioni del settore, 3 registrano un aumento dell'export superiore alla media (+21,3%): primeggia Oristano (+436,6%), Carbonia-Iglesias (+179,8%) e Sassari (+43,5%).

Nel 2016 i primi 10 mercati - per quota dell'export - che rappresentano complessivamente il 70% dell'export di tessuti, abbigliamento, articoli in pelle, calzature, gioielli e occhiali made in Sardegna, sono: Tunisia (12,3%), Francia (12,0%), Germania (11,0%), Hong Kong (6,4%), Regno Unito (5,7%), Stati Uniti (5,5%), Russia (4,8%), Paesi Bassi (4,6%), Svizzera (4,5%) e Cina (3,2%). Considerati questi 10 principali mercati di sbocco dell'export di questi prodotti osserviamo come nel corso del 2016 la crescita delle vendite oltre confine è positivamente influenzata dall'incremento delle esportazioni verso Tunisia, Cina e Svizzera dove si registrano aumenti a tre cifre; seguono con aumenti meno intensi ma sopra la media Regno Unito (+80,7%), Hong Kong (+25,2%), Francia (+15,7%), Stati Uniti (+14,5%), Russia (+8,7%) e Paesi Bassi (+4,9%). Un rallentamento delle esportazioni dei prodotti in esame lo registriamo in Germania che mostra un calo del -3%.

Spesa delle famiglie

La spesa media mensile delle famiglie sarde per articoli di abbigliamento e calzature è di 77,1 euro al mese, equivalenti a 926 euro all'anno. Si stima che sul territorio sardo le oltre

720 mila famiglie spendono complessivamente 667 milioni di euro all'anno per l'acquisto di abbigliamento e calzature, pari al 4,6% dell'ammontare della spesa complessiva per prodotti non alimentari.

Moda e web

Internet rappresenta sempre più un importante vetrina per l'offerta e l'acquisto di merci e/o servizi: in Sardegna osserviamo che il 48,0% delle imprese acquistano e vendono sul web e il 56,2% delle persone con 15 anni e più hanno ordinato/comprato merci e/o servizi su internet. In particolare rileviamo che gli articoli di abbigliamento sono i beni più acquistati on line (47,8% del numero totale di e-shopper presenti sull'isola) e nel 2016 rispetto a cinque anni prima le vendite di questi articoli sul web sono cresciute di 6,7 punti.