

[Home](#) | [RANKINGS](#) | [COVERSTORY](#) | [SPILATS](#) | [INTERVISTE](#) | [RETAIL](#) | [STRATEGIE](#) | [FINANZA](#) | [CLASS TV MODA](#)

MFF

FASHION E LUXURY MADE IN ITALY

10 GENNAIO 2017

ULTIMO NUMERO | TOP STORIES | FOTO COLLEZIONI

La 91ª edizione della rassegna si apre nel segno dell'ottimismo

Il sentiment degli esportatori, in scema da oggi a Pitti Imagine uomo, è decisamente ottimista, sostenuto da due fattori. In primo la prevista ripresa del mercato dell'ex Cina, grazie anche alla nomina di Trump che ha promosso il miglioramento dei rapporti con Putin. E poi la centralità sempre crescente della kerseme, che punta a replicare i numeri da record registrati nelle ultime edizioni.

di Eugenio a cura di Matteo Neri (Firenze)

[Facebook](#) | [Twitter](#) | [LinkedIn](#) | [Google+](#) | [YouTube](#)



I sentiment degli esportatori alla vigilia della sfilata è pressoché unanime: l'edizione numero 91 di Pitti Imagine uomo si va oggi a Firenze sarà accompagnata da un clima ottimista. Il che, con una situazione geopolitica ed economica incerta, si trasforma in una ventata di positività. Sono due, principalmente, i motivi che hanno spinti gli esportatori intervistati da MFF, tutti a capo di brand focalizzati nell'abbigliamento, verso un atteggiamento di fiducia sulla nuova stagione invernale e sull'anno appena iniziato. Da una parte la prevista ripresa del mercato dell'ex Cina dopo una crisi delle passate stagioni dovuta anche alle sanzioni applicate dall'Europa al Paese. Il tutto rafforzato dall'esito delle elezioni americane con la vittoria di Donald Trump che ha promosso una ripresa dei rapporti con il suo omologo russo Vladimir Putin. Dall'altra la centralità sempre crescente in Europa, e nel mondo, della kerseme in scena fino al prossimo 13 gennaio con le collezioni autunno-inverno 2017/18 di 1.220 marchi (gli stessi di un anno fa), di cui 540 esteri. La fiera è infatti riconosciuta all'unanimità come la più importante del menswear e il vero avvio di stagione. Una posizione da leader, quella di Pitti Imagine uomo, che si rafforza ulteriormente tenendo presente che saloni competitor come quelli di Parigi o di Berlino potrebbero subire una nuova battuta d'arresto per i problemi legati agli attacchi terroristici che, dopo la Francia, hanno colpito recentemente anche la Germania. Certo, per il salone in scena all'interno della Fortezza da Basso non sarà facile seguire un'ulteriore crescita del buyer dopo l'edizione numero 91 di un anno fa che registrò un totale di 24.800 presenze (+46 rispetto all'edizione 2015, già in crescita record del 155 sul 2014), di cui 8.800 estere (+2,5%) e 16mila italiani (+15%). Ma tra gli imprenditori c'è chi commenta, che alla fine dei giochi, il salone confermerà le attese di presenze internazionali. Una dinamica a 360 gradi che riepochia il quadro descritto anche da Claudio Alessari, nel suo doppio ruolo di patron del brand di sportswear Herno e, fino al prossimo giugno, anche se la carica sarà in proroga fino alla fine dell'anno, presidente di SMI-Sistema moda Italia. «Sono sempre positivo, sarà un inizio stagione alla quale possiamo guardare con sufficiente ottimismo. A livello geografico la nota più positiva è il fatto che il mercato dell'ex Cina sembrerebbe ripartire, vedremo se anche attraverso le presenze di compratori in fiera. L'Italia continua a mantenere i suoi ritmi, soprattutto grazie a Corea e Giappone, mentre la Cina è un po' in affanno rispetto alle importanti performance degli ultimi anni. Anche verso il mercato statunitense, con un dollaro così forte, potrebbe esserci ottimismo».



Un piumino Herno per uomo



THE WOOL LAB
 Spring Summer 2018
 featuring Sport Edition
 DISCOVER THE WOOL LAB AT
PITTI IMAGINE UOMO
 FLORENCE 10TH - 13TH JANUARY 2017
 CENTRAL PAVILION, GROUND FLOOR F/1
 PURCHASE THE WOOL LAB PREVIEW
 AND THE WOOL LAB MAGAZINE AT
 MODINFO.COM
 WOOLMARK.COM



MANGO
 Vestito Sarti Contrasto | Pullover Gatto Ampio

Livestage
 10/01/2017 11:47
[Nelson porta in Giappone la sua Crute](#)
 09/01/2017 11:47
[Orlino, continua la crescita](#)
 09/01/2017 11:46

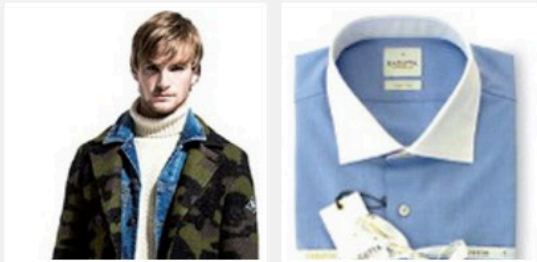
L'unica nota debole è mio amico», ha spiegato a MFF l'imprenditore. «In l'Europa, con la Germania che rappresenta un grosso punto di interesse su come affrontare l'emergenza terroristica, mentre su Londra e l'effetto Brexit vedo pareri molto contrastanti. Pitti sull'uomo è una fiera leader e l'idea di allargare sempre più la piattaforma di mod è positiva. Insomma, è il gesto di essere per partire con il piede giusto». Un cauto ottimismo è stato espresso anche da Edoardo Fasino CEO di Cover 50, società torinese che controlla il marchio PT Pantaloni Torino. «Partecipare non si può fare niente per cambiare la situazione geopolitica, noi diamo il massimo nel lavoro e siamo ottimisti perché Pitti è Pitti. Probabilmente qualche minore spostamento di buyer potrà esserci, ma non crediamo in un mercato specifico tormente in affanno. Oggi sembra l'attenzione dei buyer è focalizzata su prodotti performanti e di qualità e il salone sempre più al diavolo tra aziende competitive e quelle che insistono a perdere colpi. Forse ci sarà un leve calo degli Usa, fisiologico durante l'inverno, di contro i giapponesi dovrebbero tornare anche a Parigi, includendo Firenze nel loro tour». Un focus sul mondo Usa è invece fornito da Nicola Ricci, CEO del marchio fiorentino haut de gamme Stefano Ricci. «Nell'ultimo trimestre del 2016 abbiamo registrato segnali di ripresa del mercato con un risveglio della Cina e della Russia. Gli Stati Uniti, in particolare New York, sono rimasti fermi nel periodo settembre-primo di dicembre scorso a causa delle elezioni, ma gli otto Natale ci sono stati dei buoni segnali. Dal mercato Us abbiamo avuto risultati positivi nell'immediato post Brexit, che speriamo di confermare nell'anno in corso, così come andrà verificato se l'onda di ripresa della Cina si estenderà anche al prosieguo mesi». Il commento di Fabio Gallo, presidente del marchio marchio di maglieria Bellanera, offre invece una quota sull'aspetto di mercato da parte di un brand in un momento di instabilità. «Su Pitti Imagine uomo sono ottimista, bisogna reagire puntando sull'occlusione. Se una volta il portavoce era un singolo Paese perché magari crescono di stagione in stagione a doppio cifra, oggi la giusta strategia è quella di investire su tutti i mercati. Insomma, va allargata la visione anche quando si progettano le collezioni, invece di essere appesi a capi bestseller in una determinata area geografica. Sul fronte estero credo che l'inghilterra si deve ripresentare, mentre dagli Usa vedo molto interesse verso l'Italia». Positivo per molti aspetti anche il commento di Antonio De Mattioli, CEO del marchio sartoriale napoletano Kiton, che ha parlato di una «Riforma interessante, come sempre capace di attrarre i principali buyer». Sul fronte dei mercati, l'imprenditore, che si è detto fiducioso sull'anno in corso dopo un 2016 con un aumento del fatturato, ha aggiunto: «Vedo una ripresa della Cina e della Russia e una ripartenza dell'America, mentre l'Europa registra le sofferenze maggiori. L'Italia è un mercato stabile». Nicola Biava, amministratore unico del gruppo Sevenset, società fiorentina che controlla il marchio di denimwear Roy Royer, è grato invece a commentare anche sul vecchio continente. «Vedo un grosso recupero da parte della Spagna, del Belgio, dell'Olanda e della Germania. Un mood decisamente positivo anche per Giappone e Corea. Sono poi convinto che il cambio di presidente americano rimescolerà le carte nell'area russa, mercato che a causa delle sanzioni ha registrato una grossa frenata. Ora è plausibile un maggiore entusiasmo grazie al dialogo nelle relazioni tra le due potenze. L'Italia invece è un grosso punto interrogativo, anche se non un'autorità della consapevolezza nel voler riprendere certi consumi». Fiducioso sull'Europa e su Pitti Imagine uomo è anche Javier Gaymiche, titolare di Ecosid, brand basato a Madrid che realizza capi sportswear del riciclo di prodotti in plastica. «Credo che performeranno bene sia il Nord Europa, con Germania e Austria in testa, ma anche il Giappone e l'Italia. Pitti Imagine uomo è la fiera per l'uomo più importante del mondo, naturalmente la competizione è forte, ma l'affrontiamo con orgoglio, sapendo di avere un prodotto molto particolare e dal alto tenore sostenibile». Infine, grande attesa per questa edizione di Pitti Imagine uomo è espressa da Antonio Gezzani, amministratore delegato di Oti, società lombarda che detiene il marchio di calzetteria Bagutta. «Anche se ci sono molte complessità in diverse nazioni, mi aspetto un'edizione positiva e sono fiducioso per la qualità dei buyer che arrivano a Firenze e per la loro voglia di rinnovamento e di ricerca. Nel siamo davanti a un nuovo trend visto che abbiamo rinnovato lo stand, nominato un nuovo direttore generale nella figura di Mario Marzi e abbiamo stravolto l'azienda, rivoluzando la qualità del prodotto e della distribuzione», ha poi detto il numero uno. «Avremo segnali positivi dalla Russia e dai paesi limitrofi e un momento ottimista da Giappone, Asia e Usa. Ho molta paura invece per la Turchia visto i recenti accadimenti, mentre in Italia, mercato di certo non facile, si possono raggiungere dei buoni obiettivi se si impostano corrette strategie commerciali», ha concluso Gezzani.

Robert de Gromby rende i suoi Giacchetti di carta
 09/01/2017 11:48
[Dopo il preview alla terza edizione della gara dei sogni a Brimonte](#)
 09/01/2017 11:48
[Nugler, installazione di Abate di perline per 125 mila di Argel](#)

riproduzione riservata

Fiducioso sull'Europa e su Pitti immagine uomo è anche Javier Goyeneche, ideatore di Ecoalf, brand basato a Madrid che realizza capi sportswear dal riciclo di prodotti in plastica. «Credo che performeranno bene sia il Nord Europa, con Germania e Austria in testa, ma anche il Giappone e l'Italia. Pitti immagine uomo è la fiera per l'uomo più importante del mondo, naturalmente la competizione è forte, noi l'affrontiamo carichi, sapendo di avere un prodotto molto particolare e dal dna fortemente sostenibile». Infine, grande attesa per questa edizione di Pitti immagine uomo è espressa da Antonio Gavazzeni, amministratore delegato di Cit, società lombarda che detiene il marchio di camiceria Bagutta. «Anche se ci sono molte complessità in diverse nazioni, mi aspetto un'edizione positiva e sono fiducioso per la qualità dei buyer che arrivano a Firenze e per la loro voglia di rinnovamento e di ricerca. Noi siamo davanti a un nuovo inizio visto che abbiamo rinnovato lo stand, nominato un nuovo direttore generale nella figura di Mario Maran e abbiamo stravolto l'azienda, innalzando la qualità del prodotto e della distribuzione», ha poi detto il numero uno. «Avverto segnali positivi dalla Russia e dai paesi limitrofi e un moderato ottimismo da Giappone, Asia e Usa. Ho molta paura invece per la Turchia visti i recenti accadimenti, mentre in Italia, mercato di certo non facile, si possono raggiungere dei buoni obiettivi se si impostano corrette strategie commerciali», ha concluso Gavazzeni.

(riproduzione riservata)



(Redazionale)