

M F
f a s h i o n



**SUL SITO WWW.MFFASHION.COM
IL PRIMO WEB-ALBUM:
UNO SPECIALE DIGITALE DI
60 PAGINE PER CELEBRARE IL DUO
BALENCIAGA-GHESQUIÈRE
A POCHI GIORNI DAL DIVORZIO**

Pitti sfodera i suoi assi contro la crisi

Un calendario ricco di eventi animerà la quattro giorni fiorentina dell'uomo, in scena dall'8 all'11 gennaio con 1.020 espositori oltre alle 70 collezioni a Pitti W. Gli show di Ermanno Scervino, Kenzo e Maison Kitsuné, con Cavalli ancora in forse, saranno l'antidoto contro una congiuntura economica sfavorevole: il fatturato del tessile-moda è infatti stimato in calo del 4% nel terzo trimestre mentre l'export gennaio-luglio è a +0,8%

La congiuntura economica non sarà certo delle migliori ma Pitti immagine ha pensato bene di rimboccarsi le maniche per organizzare una 83ª edizione di Pitti immagine uomo coi fiocchi. E così ingolosire i buyer provenienti da tutto il mondo attesi nell'ordine delle 21 mila presenze, come sottolineato ieri durante la conferenza stampa di presentazione dell'evento. La quattro giorni fiorentina, in scena dall'8 all'11 gennaio 2013, richiamerà infatti in Toscana un parterre di special guest italiani e internazionali. Da Ermanno Scervino a Kenzo, da Maison Kitsuné a, ancora in forse, Roberto Cavalli, che prenderà una decisione la prossima settimana a seconda dell'agibilità o meno del Tepidarium (vedere MFF di ieri). Una sferzata di propositività in un frangente economico che vedrà questo 2012 macchiato da un ritorno a dinamiche congiunturali negative. Sulla base dell'indagine condotta da Smi-Sistema moda Italia su un campione di oltre 110 aziende, il fatturato totale del sistema tessile-moda nel 2012 ha subito infatti una progressiva erosione di trimestre in trimestre, passando dal +1,3% del primo, al -0,3% del secondo fino al -4% del terzo. A soffrire maggiormente è stato il comparto a monte, mentre il valle sembra dimostrare maggiore capacità di tenuta con uno scivolamento del fatturato dal +5,1% al +2,5% fino al -3,8% del terzo trimestre. «È consuetudine che siano prima le produzioni a monte a soffrire in periodi di crisi economica», ha detto Gaetano Marzotto, presidente di Pitti immagine,

continua a pag. 11



UN LOOK ERMANNO SCERVINO PRIMAVERA-ESTATE 2013

Victoria's secret arruola Kirkwood

Dopo Giuseppe Zanotti, Victoria's secret ha arruolato Nicholas Kirkwood per realizzare una collezione di calzature deluxe per il défilé del marchio di lingerie statunitense, andato in scena nei giorni scorsi a New York. Lo shoe-designer britannico, direttore creativo di Pollini, marchio di accessori del gruppo Aeffe, ha reinterpretato i modelli ispirati ai temi delle collezioni dello show come Calendar, Circus, Toy Pink, Dangerous liaisons, Silver Screen e Angel in Bloom. In passerella gli angeli hanno sfilato in look stravaganti ed energetici, tra boots over-knee extra-lucidi e stivaletti maculati, sandali-scultura glitterati e pattini a rotelle. Ravvivati da cromatismi multivitaminici, dalle nuance più fluo fino alle stampe a fantasia barocca. Must-have, le nuove sneakers in versione glamour dal tacco vertigine e con plateau.

InterParfums, profitti a +11,8%

Nonostante la flessione registrata nel terzo trimestre (-3,2%), InterParfums ha chiuso i primi nove mesi dell'anno con vendite nette in crescita del 12% a 477,2 milioni di dollari (pari a circa 375,5 milioni di euro) e con un utile netto in progressione dell'11,8% a 31,5 milioni di dollari (circa 24,7 milioni di euro). Il gruppo beauty Usa si prepara ad annunciare il 21 novembre le guidance per il 2013 che saranno condizionate dalla chiusura del rapporto con Burberry, operazione che verrà ultimata entro il 31 marzo 2013. «Abbiamo però in programma diversi lanci», ha sottolineato Jean Madar, presidente e ceo, «che interesseranno i marchi Jimmy Choo, Lanvin, Van Cleef & Arpels e Boucheron. A luglio presenteremo poi la prima fragranza Repetto. L'accordo ventennale con il brand Karl Lagerfeld porterà inoltre al lancio della prima fragranza nel 2014».

Rassegne

Il nuovo White scalda i motori

La manifestazione milanese organizzata da Massimiliano Bizzi rafforza il format uomo-donna con il battesimo di Suite e sviluppa il gemellaggio con la Cnmi, favorevole a un anticipo dei saloni womenswear. **Milena Bello**



Sopra, un'immagine di White

White sfodera tre novità per il 2013. Tre progetti che hanno come obiettivo il consolidamento del ruolo di Milano nel panorama internazionale delle rassegne dedicate ai marchi di ricerca, per inserirsi a pieno nel segmento premium. Primo appuntamento in calendario sarà l'edizione di gennaio (dal 12 al 14) che rafforzerà il format, già introdotto nel 2008, delle pre-collezioni donna in contemporanea con una selezione menswear. Una scelta che, come sottolineano da White, rappresenta un'anticipazione e una risposta concreta all'appello di **Mario Boselli**, presidente di **Cnmi-Camera nazionale della moda italiana**, che aveva richiesto

di far coincidere i saloni womenswear con le sfilate di **Milano moda uomo** gennaio e giugno. Ospiti d'eccezione della prossima edizione saranno **Gianluca Capannolo**, ex **Lancetti** e **Krizia**, che presenterà la sua raffinata couture femminile, il designer **Fabio Quaranta** e **Nigel Cabourn**, protagonista insieme al **Lanificio F.lli Cerruti** dell'happening *La Tradizione, il Valore, il bello* in scena nell'ex Ansaldo. Calato il sipario su White Milano di gennaio, ai primi di febbraio White traslocherà nella Grande Mela. Dopo lo stand by di settembre, tornerà infatti **White New York** presso gli spazi di **The Tunnel**. Quest'anno il salone, frutto della collaborazione con il gruppo **Enk International** si

svolgerà negli stessi giorni della fashion week di Manhattan, dal 10 al 12 febbraio, anticipando strategicamente le date all'inizio del lungo calendario delle settimane della moda, prima di Milano e Parigi. Chiuderà il tris delle novità del 2013 il progetto **Suite**, la nuova sezione dedicata alle aziende premium che andrà ad arricchire l'offerta dell'edizione di febbraio legata al womenswear di ricerca e ospitata negli spazi del Superstudio Più e dell'ex Ansaldo. Suite, che si terrà negli stessi giorni di White dal 23 al 25 febbraio, si svilupperà negli spazi espositivi dell'hotel **Nhow** di via Tortona. Fin dalla prima edizione sono attesi una settantina di espositori. (riproduzione riservata)

segue da pag. I

«Le vendite di abbigliamento hanno invece ancora beneficiato dell'export. Mentre l'afflusso di turisti in Italia ha mitigato la sensibile contrazione dei consumi interni». Nel periodo che va da gennaio a luglio 2012, l'export del tessile-moda ha infatti mantenuto un segno positivo (+0,8%) portandosi a poco più di 16,1 miliardi di euro. Un incremento comunque molto più contenuto rispetto al +12,3% dello stesso periodo del 2011. Risultato frutto della media tra il -4,6% del monte e il +4,2% del valle. «Ormai è diventata una costante ribadire l'importanza per le imprese del made in Italy di scommettere sull'estero, in particolare sui mercati emergenti», ha precisato **Gaetano Marzotto**, «e di guardare non solo alla Cina, ormai una certezza, ma anche a paesi oil rich, come il Kazakhstan, o ad aree

con un potenziale ancora inespresso come la Corea o l'Indonesia. Il problema delle imprese italiane sarà quello di farsi conoscere e in ciò Pitti avrà un ruolo fondamentale».

Sfoderando appunto una rosa di special events che, da questa edizione, beneficeranno anche del sostegno del sindaco di Firenze **Matteo Renzi**. Il quale ha dichiarato supportato l'avvio di iniziative votate a promuovere la città e le sue imprese artigiane. «Su spinta determinante di Renzi, **Ermanno Scervino** sfilerà nel Salone dei Cinquecento di Palazzo vecchio la sera del 9 gennaio con la collezione uomo e con la pre-collezione donna», ha poi sottolineato **Raffaello Napoleone**, ad di Pitti immagine, «un progetto che farà da preludio ad altri eventi analoghi. In questo, ci tengo a preci-

sarlo, non vogliamo agire contro Milano e contro il suo calendario che ci auguriamo possa crescere sempre di più nel tempo. Il trasferimento con eventi ad hoc nel contesto



Raffaello Napoleone

di Pitti uomo», ha aggiunto, «è un'iniziativa lecita che le case di moda possono decidere di sposare di volta in volta». E interrogato sul nuovo salone unico **Super** (vedere *MFF* del 1° novembre), Napoleone ha voluto precisare come, anche in questo caso, si tratterà di: «Un progetto di collaborazione con le sfilate di **Milano moda donna** e non di guerra. Con **Cnmi-Camera nazionale della moda italiana** abbiamo rapporti assolutamente corretti. Certo, ci sono vedute differenti ma lo scopo è comune: internazionalizzare la città». (riproduzione riservata) **Chiara Bottoni**

Kenzo, Scervino e l'area sport / play animano il salone

Pitti immagine uomo affila le armi per l'edizione dall'8 all'11 gennaio portando negli spazi della Fortezza da Basso 1.020 brand. Il salone, il cui motto sarà «Bookswearmania» raccontato attraverso un omaggio ai libri, per l'83ª edizione si regala la nuova area, *I play*, dedicata allo sportswear tecnico ma dal forte contenuto moda dove protagonista sarà il marchio giapponese **White mountaineering**, che ha scelto Firenze per il suo debutto europeo. Special guest della kermesse sarà **Kenzo**, che oltre con la sfilata in calendario giovedì 10 sarà presente anche in Fortezza con un evento ancora top secret. A rafforzare il calendario ci sarà anche **Ermanno Scervino**, che mercoledì 9 porterà in passerella il menswear e la prefall femminile in una sfilata al Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio, così come **Andrea Pompilio** ed **Emiliano Rinaldi**, vincitori di **Who's on next? 2011** e protagonisti del progetto *Pitti italics*. Dalla scuderia del concorso arriva anche **Erik Bjerkesjö**, trionfatore nel 2012 e new performer del salone di gennaio. Se la presenza di **Valentino** non si svolgerà, resta invece ancora da sciogliere il nodo su **Roberto Cavalli**: la presenza dello stilista fiorentino nella schedule dipende esclusivamente dall'agibilità del Tepidarium e non è da escludere la possibilità che possa già essere presente durante il salone invernale. La manifestazione, che ospiterà la terza edizione di «Vestirsi da uomo» in collaborazione con **thecorner.com**, vedrà il debutto di **Adidas Slvr**, il rilancio di **Allegrì**, l'anteprima della collezione del vincitore del Cfda **Billy Reid**, il libro edito da **Taschen** per celebrare lo stile di **G-Star** e lo special event di **Caruso**. (riproduzione riservata) **Alessia Lucchese**

Tutti gli altri Pitti

Pitti W ospita la Danimarca

Sarà la Danimarca la guest nation dell'11ª edizione di Pitti W, il salone donna che porterà nella Dogana, in contemporanea con Pitti uomo, 70 marchi internazionali. Special guest sarà **Maison Kitsuné**, protagonista di un evento a Palazzo Capponi mercoledì 9 gennaio e, con buone probabilità, anche giovedì 10.

Al Bimbo ritorna Cavalleri

Tra i 470 marchi dell'edizione numero 76 di Pitti bimbo, in scena dal 17 al 19 gennaio, ci sarà anche Stefano Cavalleri, che dopo l'addio al marchio **I Pinco Pallino** fondato con la moglie Imelde scenderà in passerella con le nuove label **From the world** e **Quis quis** designed by Stefano Cavalleri. Tra i debutti e i ritorni anche **Cacharel**, **Herno** e **New balance**, mentre è confermato l'appuntamento a Palazzo Corsini con **Young Versace**.

Per Pitti filati 100 marchi

Dal 23 al 25 gennaio va in scena la 72ª edizione di Pitti immagine filati, manifestazione dedicata ai filati per maglieria che raccoglierà in Fortezza un centinaio di marchi e le loro proposte per la primavera-estate 2014. Per la seconda edizione consecutiva il salone sarà presente sulla fiera online e-Pitti.com, che ha raggiunto oltre 1,5 milioni di pagine visitate.

Modaprima cambia date

Modaprima anticipa a venerdì. La fiera del fast fashion andrà in scena dal 23 al 25 novembre alla Stazione Leopolda di Firenze, anticipando di un giorno rispetto alla tradizionale programmazione. In scena 150 marchi, attesi oltre 1.500 compratori. (riproduzione riservata) **Alessia Lucchese**

IN EDICOLA CON **MF**
CASA ITALIA

UN GRANDE PORTFOLIO PER SVELARE IL FUTURO DELLA CREATIVITÀ MADE IN ITALY, RITRATTA NEI SUGGERITI SPAZI DI VILLA NECCHI CAMPAGLIONE NEL CUORE DI MILANO

IL PRIMO E UNICO **MAGAZINE** CHE RACCONTA LA MODA IN DIRETTA

Semestrali

Richemont, boom d'utile (+52%)

Il gruppo franco-elvetico, fra aprile e settembre, ha realizzato 5,106 miliardi di euro di ricavi e 1,081 miliardi di euro di profitti netti, grazie alla performance di tutti i settori di attività e di tutte le aree geografiche. **Carlo Gioia**

Richemont ha chiuso il semestre al 30 settembre scorso con una forte crescita sia dei ricavi, che hanno superato quota 5 miliardi di euro di vendite semestrali (5,106 miliardi a +21%) sia dei profitti, che per la prima volta si sono portati sopra quota un miliardo (1,081) con un balzo del 52% rispetto ai primi sei mesi del 2011, che pure rappresentavano una base di confronto impegnativa. Il tutto naturalmente senza scalfire la solidità finanziaria che fa di Richemont la cassaforte più liquida

| I NUMERI DI UN SEMESTRE D'ORO | | | | | |
|------------------------------------|-----------------------|------------------------|-------------------------|-----------------------|------------------------|
| Ricavi Richemont al 30 giugno 2012 | | | | | |
| Per area geografica | | | Per settore di business | | |
| | Ricavi in mln di euro | Variazione percentuale | | Ricavi in mln di euro | Variazione percentuale |
| ◆ Europa | 1.857 | 23% | ◆ Gioielleria | 2.607 | 20% |
| ◆ Asia-Pacifico | 2.103 | 22% | ◆ Orologeria | 1.459 | 25% |
| ◆ America | 698 | 16% | ◆ Montblanc | 968 | 10% |
| ◆ Giappone | 448 | 18% | ◆ Altri (1) | 672 | 24% |

(1) Aggregato composto da Nike-poker e dalle aziende manifatturiere di cooperazione

Fonte: Richemont

dei gruppi del lusso, con 3,048 miliardi di disponibilità, 452 milioni in più rispetto a un anno prima. La crescita peraltro è stata corale sia in termini di segmenti di attività sia di aree geografiche. L'area gioielleria (+20%) si conferma l'aggregato portante e vale sempre oltre il 50% del totale, così come l'Asia Pacific resta la principale mercato con 2,103 miliardi di giro d'affari (+22%). Anche se la crescita maggiore è stata dell'Europa (+23%), naturalmente grazie ai flussi turistici. (riproduzione riservata)

Eventi

Rio battezza Smb

Nasce Sistema moda Brasil e intanto la fashion week carioca si avvia verso la fine

La moda brasiliana si fa sempre più istituzionale. I maggiori esponenti del Governo federale carioca, in particolare l'Mdic-Ministero per lo Sviluppo, l'industria e il trade internazionale, l'Apex-Brasil, il ministero della Cultura e l'associazione calzaturiera brasiliana hanno varato **Smb-Sistema moda Brasil**, progetto contenuto nel *Plano Brasil maior* e sostenuto da **Abit**. L'obiettivo è la cooperazione delle imprese di moda verde-oro. Pellami e calzature, tessile e abbigliamento. Poi gemme e gioielli, uniti per cooperare e incentivare l'interesse del consumatore all'industria locale. E, ancora, incrementare l'export, fortificare micro, macro imprese e brand locali, caldeggiare investimenti, anche su nuove menti da assoldare, e promuovere lo sviluppo tecnologico. Tutto ciò coadiuvato da un piano economico che riguarda le industrie. Come l'esenzione d'imposta sui salari, così come l'istituzione di un margine preferenziale del 20% degli appalti pubblici per la produzione di prodotti all'interno del territorio nazionale e conseguente difesa del commercio con misure antielusione e dichiarazione del made in. Misure che verranno messe in atto per promuovere tutto ciò che il mercato produce e la **Fashion Rio** mette in luce. In pedana al Pier Mauà salgono una serie di brand contemporary. In una sintesi di gown e tracksuit. Paillettes e neoprene. Per un gioco di contrasti. Le passerelle si accendono di tocchi couture e dinamismo sport. Da **Oestúdio**, collettivo aperto ad aspiranti designer, sfilano donne e uomini con pantaloni da monaco shaolin, backpack bisaccia stretti da nastri di pelle, come per scalare l'Himalaya. Unico accenno di colore l'imprimé effetto Tetris. E i videogiochi made in Japan e la cultura manga approdano anche da **Ellus 2nd floor**. Con T-shirt dalle spalle over da rugbista, pant di pelle tecnici, ma nei cromatismi baby, di rosa, azzurro, canarino. E poi scolarette con clutch in legno, effetto scatola dei pastelli e maxi bluse in pelle con stampe Mazinga. Il denim torna in versione dyed da **Espaco fashion**, oltre al touch kimono e felpe in pelle traforata. Anche **Sacada** reinventa rete e neoprene in una versione bcbg. Mentre, **Filhas de Gaia** conia abiti che corrono fino ai piedi e jumpsuit come tute da jogging. (riproduzione riservata)

Francesca Manuzzi (Rio de Janeiro)

SU WWW.MFFASHION.COM
LA GALLERY DELLA FASHION WEEK DI RIO DE JANEIRO

News

di Barbara Rodeschini

Lacoste rassicura i dipendenti

Lacoste resterà francese, i suoi dipendenti saranno tutelati e i posti di lavoro attuali saranno salvaguardati. Lo ha garantito il presidente Sophie Lacoste Dournel (nella foto) in relazione alla imminente vendita delle azioni sue e della maggior parte degli eredi del fondatore a Maus frères (vedere MFF dell'8 novembre).



Al via il video-festival Asvoff



Asvoff-A shaded view on fashion film, festival di mini film legati alla moda fondato da Diane Pernet (nella foto), ha aperto ieri i battenti per la sua tre giorni al Centre Pompidou di Parigi. La kermesse, guidata dalla giornalista e blogger statunitense, ospiterà 101 film, oltre a registi, fotografi e designer di fama internazionale, come Tim Walker, Charlize Theron, Donatella Versace, Anna Dello Russo e Sofia Coppola.

Chanel incanta Parigi

Tappa parigina per la mostra di Chanel «The little black jacket». L'exhibition, ospitata nella Galerie Courbe del Grand Palais di Parigi, resterà aperta fino al 25 novembre. Dal 23 novembre traslocherà a Berlino e dal 1° dicembre approderà a Seoul.

Theory, linea con Uniqlo

Theory ha realizzato con Uniqlo una capsule collection di piumini. Dedicata a donna, uomini e bambini, la collezione sarà disponibile dal 15 novembre sul sito e-commerce di Theory e negli store del brand nipponico. (riproduzione riservata)

Bilanci

Aeffe, ebitda a +7,4% ma va in rosso nei nove mesi

Aeffe migliora la marginalità ma ritorna in rosso nei primi nove mesi dell'anno. Il gruppo a cui fanno capo i marchi **Alberta Ferretti**, **Philosophy** e **Moschino** (nella foto un look) ha archiviato il periodo tra gennaio e settembre con una crescita del 7,4% dell'ebitda a quota 20,5 milioni di euro, ritagliandosi una quota del 10,3% del turnover che si è mantenuto stabile a 198,7 milioni di euro (+0,7%). L'azienda di San Giovanni in Marignano (Rimini) riporta un rosso per 0,3 milioni di euro rispetto al risultato positivo per 0,1 milioni di euro relativi allo stesso periodo dell'anno precedente. Analizzando le vendite, il segmento ready to wear risulta in calo dell'1% a quota 156,3 milioni di euro, mentre la pelletteria e le calzature crescono del 7,9%. A livello geografico il mercato più performante è quello russo (+17,5%), mentre l'Italia scende del 6,1% confermandosi paese di riferimento con 78,9 milioni di euro di ricavi. «Nonostante la difficile congiuntura economica, restiamo focalizzati sulla crescita e l'efficienza, sia attraverso investimenti per rafforzarsi in mercati ad alto potenziale come quelli asiatici, sia attraverso nuovi progetti stilistici» ha dichiarato l'ad **Massimo Ferretti**. (riproduzione riservata) **Alessia Lucchese**



WOMEN SPRING/SUMMER 2013

INTERVIEW

ALEXANDER WANG
TOMAS MAIER
@ Bottega veneta
DAMIR DOMA
ANNA MOLINARI
@ Blumarine
ISABEL MARANT

PORTFOLIO

HEDI SLIMANE
@ Saint Laurent

TREND

SMOKING PLEASE!
CHIC PLEXIFICATO
LADY OP
ART-À-PORTER
VEDO NUDO

THE BEST

CALVIN KLEIN
TOM FORD
FENDI
DOLCE & GABBANA
PRADA
VALENTINO
DRIES VAN NOTEN

HIT LIST

IL RISIKO
DEL MADE IN ITALY
BRAND NEW
DUELLI DI MODA
BUYER, LE PAGELLE

