

# MF

f a s h i o n

## Milano riaccende i riflettori sulla moda

Al via l'edizione autunno-inverno 2011/12 di Milano moda donna con 72 passerelle e 86 presentazioni. La Cnmi rinsalda il legame



IN ANTERPRIMA PER MF UN LOOK AUTUNNO-INVERNO 2011/12 FIRMATO FERRÉ FOTO DI MATTEO VOLTA

VIII Milano Moda Donna

MF fashion

mercoledì 23 febbraio 2011

Sondaggi

## I buyer chiedono capi speciali di daywear

È questo quanto emerge dall'inchiesta condotta da MFF intervistando i compratori dei multimarca top del panorama italiano alla vigilia delle sfilate autunno-inverno 2011/12 di Milano moda donna. **Camilla Gusti**

**P**ezzi speciali, ma anche capi basici, rivolti al quotidiano, che si traducono in un giusto equilibrio tra creatività e commerciabilità. Largo spazio a linee fluide, moderne e a capispalla come montgomery, pellicce e cappotti, meglio se dall'allure sartoriale e rubati direttamente dal guardaroba di lui. Ma soprattutto sempre più potere all'individualità dei multimarca pronti, con le loro scelte di moda, a rinforzare il carattere della boutique. Sono questi i temi salienti tratteggiati dai top buyer italiani e internazionali alla vigilia della fashion week di Milano moda donna che porta in passerella, a partire da oggi, le nuove tendenze femminili dedicate al prossimo autunno inverno. «Credo che sarà una grande stagione, importante e bella. Abbiamo visto delle buone pre-collezioni e abbiamo assaggiato qualche trend durante New York e Londra. Ma credo che per questo giro di sfilate il vero fil rouge sarà un altro», ha spiegato a MFF **Beppe Angiolini**, presidente di **Camera italiana buyer moda** e anima del multimarca **Sugar** (Arezzo), «vincerà l'individualità di ogni multimarca e la sua capacità di scegliere navigando nel panorama delle sfilate. In assenza di un vero e proprio trend generale ogni punto vendita sarà libero di acquistare secondo il proprio carattere e la sua tipologia di cliente. Magari andando anche alla ricerca di nomi nuovi per rinforzare l'identità della boutique». Quello che è

certo è che la tornata al via si annuncia ricca di attese. «Mi aspetto di vedere la sorella o compagna dell'uomo che abbiamo visto e ammirato a gennaio», ha raccontato **Daniela Kraler** di **Franz Kraler** a Dobbiaco e Cortina, «una femmina forte, di potere, che lavora, anche più di un uomo, ma che vuole sentirsi donna e indossare cose belle e pratiche». Sono dello stesso avviso **Caterina Autelitano** di **Gallery** (Forte dei Marmi) e **Annalisa Marchioro** di **Paranà** (Padova). «Qualcosa di speciale, stando sempre attenti ai prezzi ma non perdendo di vista il nostro obiettivo primario ovvero scegliere abiti che riescano ad emozionare il consumatore finale», ha poi specificato Marchioro. C'è chi, al contrario, sostiene che la novità stia nel colore e nella capacità degli addetti ai lavori di sapere assemblare in maniera sfiziosa capi rivolti al quotidiano. È il caso di **Flavia Magnoli** di **Base Blu** (Varese). «Mi auguro che sfilino meno pezzi adatti a far vetrina che stentano a uscire dal negozio, ma piuttosto proposte concrete che trovino la loro particolarità in elementi più basici così come fece **Romeo Gigli** tanti anni fa, giocando con le tinte». Per **Georgia Pizzi** di **Harvey Nichols** quello che conta, invece, è l'importanza di un prodotto ben fatto, sinonimo di Made in Italy. «Spero vivamente in un ritorno alla demi-couture che si traduce in capi ben costruiti e tessuti d'alta gamma». Gli fa eco **Giovina Moretti** di

**Gio Moretti** (Milano), che attende il rilancio su Parigi della storica griffe **Mugler** affidata alla creatività di **Nicola Formichetti**. «Quello che invoglia all'acquisto è la qualità di un abito ben assemblato. È la prima cosa che guardo, a volte anche a discapito dei prezzi», ha spiegato la storica buyer lombarda. «In passerella mi aspetto di vedere forme e proporzioni nuove, destrutturate ma decise, segno di un cambiamento che è già in atto e che abbiamo visto a gennaio con le sfilate maschili», ha rimarcato **Giorgia Tropea** di **Gigi Tropea** (Catania). Accessorio feticcio? Sicuramente le borse che continuano a imperare oramai da anni. È contento dell'andamento generale del settore **Claudio Antonioli** della boutique milanese che spiega: «Sono molto soddisfatto delle proposte delle ultime stagioni e spero che il trend progua. Molti designer si stanno confermando oltre che per la loro creatività anche per una concretezza commerciale. Uno stilista da tenere d'occhio? Sicuramente **Gareth Pugh** è già presente sul mercato da un po' ma sta consolidando la sua posizione con proposte allettanti». È d'accordo **Tiziana Fausti** delle omonime boutique di Bergamo. «Assistiamo a importanti segnali di dinamicità e ripresa che è bene sottolineare in questo periodo di crisi. Novità? Ho adorato **Fausto Puglisi** sono molto curiosa di quello che presenterà in settimana». (riproduzione riservata)