

# Pitti, lariani ottimisti Tanti compratori e ordini in crescita

## Tessile

Il salone della moda maschile chiude domani a Firenze

Grande fermento a Pitti Uomo: il salone della moda maschile in scena fino a domani a Firenze conferma le aspettative delle otto aziende comasche (Intermoda, Crescendo, Achille Pinto, Thema, BB Cravatte, Pozzi Italia, Creativeville e Sealup) presenti alla kermesse con le nuove collezioni autunno-inverno 2016-17.

Secondo le affermazioni degli espositori lariani, il clima di ripresa è confermato dalla presenza in crescita di compratori, soprattutto asiatici, dal fatto che si tornano a scrivere ordini importanti, dalla ricerca dei migliori materiali, le migliori manifatture, le migliori tecnologie.

«Il clima che si coglie a Fortezza da Basso è diverso da quello delle ultime edizioni, i clienti sono più reattivi - con-

ferma Matteo Uliassi del gruppo Achille Pinto- Il trend dell'export è destinato a proseguire con vigore, soprattutto verso Giappone e Usa. Stabile l'Europa, mentre non si è del tutto schiarito l'orizzonte in Italia e permane ancora difficile la situazione nell'ex Unione Sovietica».

Ha regalato grandi soddisfazioni all'azienda di Casnate con Bernate il debutto della nuova collezione Pierre Louis Mascia per Herno: 15 capi da uomo e 15 da donna destinati a rinforzare worldwide il marchio.

Ottimi riscontri anche per i brand di Intermoda, del gruppo Canepa. «È stata premiata la strategia di dare sempre maggior valore aggiunto ai nostri

■ «Il trend positivo dell'export proseguirà, soprattutto verso Giappone e Usa»

prodotti- spiega Maurizio Ribotti, responsabile marketing del colosso di San Fermo- I clienti hanno particolarmente apprezzato la sciarperia Fiorio e il nuovo progetto homewear de La Rana che punta a rilanciare la vestaglia come capo icona del guardaroba maschile».

Accolto con successo anche il passo importante di Mitchumm che ha giocato la carta dello scouting, ingaggiando la new designer Alessandra Bianchi nella realizzazione della nuova collezione, focalizzata questa stagione oltre che sulle camicie stampate con fantasie made in Como anche su pantaloni e gilet in lane inglesi.

Sentiment positivo da Fumagalli 1891, dove ogni pezzo è accompagnato da una storia. «A livello mondiale- dichiara Roberto Delli Fiori- la fascia di clientela esigente è in aumento, chiede più informazione e più conoscenza, il mercato è più esperto e quindi vince chi offre maggior cultura sul prodotto».

**Serena Brivio**